

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра економіки та фінансів підприємства

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

УПРАВЛІННЯ ТОВАРОБОРОТОМ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

за матеріалами Філії №14 Товариства з обмеженою відповідальністю "ТНВ",
м. Київ

Студентки 2 курсу 1 м групи,
спеціальності 051 «Економіка»,
спеціалізації «Економіка та безпека
бізнесу», заочної форми навчання

**Собко Ірини
Володимирівни**

Науковий керівник –
д-р. екон. наук, проф.

**Височин Ірина
Володимирівна**

Гарант освітньої програми
д-р екон. наук, проф.

**Блакита Ганна
Владиславівна**

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРООБОРОТОМ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ.....	6
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ УПРАВЛІННЯ ТОВАРООБОРОТОМ ФІЛІЇ №14 ТОВ «ТНВ»	
2.1. Оцінка передумов формування товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ».....	16
2.2. Аналіз загального обсягу та асортиментної структури товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ».....	21
2.3. Матричний аналіз товарного асортименту Філії №14 ТОВ «ТНВ».....	28
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРООБОРОТОМ ФІЛІЇ №14 ТОВ «ТНВ».....	32
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	46
ДОДАТКИ.....	50

ВСТУП

Актуальність теми дослідження визначена ключовою роллю товарообороту у діяльності підприємства торгівлі. Сьогодні головною метою будь-якого підприємства торгівлі є отримання максимального прибутку, при цьому товарооборот виступає як найважливіша і необхідна умова, без якої вказана мета не може бути досягнута. За показником товарообороту та за його динамікою можна судити про обсяги діяльності підприємства, ефективність використання його ресурсів. Збільшення товарообороту має бути тісно пов'язане зі споживчим попитом, прибутком, чисельністю працівників, витратами на оплату та мотивування працівників.

Питання управління товарооборотом досліджували як вітчизняні, так і закордонні науковці, серед яких: Л. Балабанова, І. Бланк, Г. Болт, І. Височин, Р. Варлі, А. Гребнев, Р. Джексон, Д. Джоббер, Дж. Ланкастер, А. Мазаракі, В. Пастухова, Г. Річ, А. Симон, Л. Фролова та інші.

Разом з тим, обсяг товарообороту формується під впливом різноманітних чинників, які здійснюють на неї як позитивний, так і негативний вплив. Кількість чинників, що визначають величину товарообороту, не можна обмежити, оскільки їх кількість дуже велика, але їх можна розділити на основні, такі, що роблять найбільший вплив на величину товарообороту підприємства торгівлі, і другорядні, впливом яких можна знехтувати. Отже, комплексний підхід до управління товарообороту з врахуванням певних чинників залишається без достатньої наукової уваги, тобто саме це зумовило практичну цінність представленого дослідження, яка полягає в удосконаленні механізму управління товарообороту з урахуванням об'єктивних економічних факторів.

Метою роботи є обґрунтування шляхів удосконалення управління товарооборотом підприємства торгівлі на основі дослідження теоретичних й оцінювання прикладних аспектів з обраної проблематики.

Для досягнення поставленої мети в роботі сформульовані й вирішені наступні завдання:

- розглянути теоретико-методичні основи управління товарооборотом підприємства торгівлі;
- оцінити передумови формування товарообороту досліджуваного підприємства торгівлі;
- проаналізувати загальний обсяг та асортиментну структуру товарообороту досліджуваного підприємства торгівлі;
- провести матричний аналіз товарного асортименту досліджуваного підприємства торгівлі;
- запропонувати напрямки удосконалення системи управління товарооборотом досліджуваного підприємства торгівлі.

Об'єктом дослідження є процес управління товарооборотом підприємства торгівлі.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади та практичні аспекти управління товарооборотом підприємства торгівлі.

Емпіричною базою дослідження є матеріали статистичної, фінансової та управлінської звітності Філії №14 ТОВ «ТНВ», основний вид діяльності 46.34 Оптова торгівля напоями та інші види діяльності: 46.35 Оптова торгівля тютюновими виробами; 46.38 Оптова торгівля іншими продуктами харчування, у тому числі рибою, ракоподібними та молюсками; 46.39 Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами; 46.44 Оптова торгівля фарфором, скляним посудом і засобами для чищення; 46.45 Оптова торгівля парфумними та косметичними товарами; 46.49 Оптова торгівля іншими товарами господарського призначення; 46.76 Оптова торгівля іншими проміжними продуктами; 47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами; 47.25 Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах; 47.26 Роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах; 47.29 Роздрібна торгівля іншими

продуктами харчування в спеціалізованих магазинах; 47.75 Роздрібна торгівля косметичними товарами та туалетними принадлежностями в спеціалізованих магазинах; 47.78 Роздрібна торгівля іншими неживими товарами в спеціалізованих магазинах та інші. Юридична адреса: м 21034, Вінницька обл., місто Вінниця, вулиця Чехова, будинок 6.

Під час проведення дослідження було застосовано **методи** аналізу та синтезу (для дослідження теоретичних аспектів особливостей управління товарообороту підприємствами торгівлі), коефіцієнтний метод (при оцінці ефективності господарської діяльності Філії №14 ТОВ «ТНВ»), статистичний метод (для визначення виконання плану за товарооборотом), кореляційно-регресійний метод, методи прогнозування (для отримання прогнозу товарообороту на наступний рік), метод експертних оцінок (при обґрунтуванні планового обсягу товарообороту), метод порівняння (для порівняння отриманих планових показників із базовими показниками).

Інформаційною базою дослідження є теоретичні напрацювання науковців з теорії управління, економіки підприємства торгівлі, маркетингу. Під час написання дослідження були використані нормативно-законодавчі акти України, матеріали Державної служби статистики України, річна звітність досліджуваного підприємства торгівлі Філії №14 ТОВ «ТНВ». Розрахунки та ілюстративний матеріал, представлені у дослідженні, виконані за допомогою редактору MS Excel.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження було висвітлено в науковій статті «Передумови управління товарооборотом підприємства торгівлі» у Збірнику наукових статей студентів «Економіка підприємства», ч. 1, 2021. – С. 61-66.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Роботу викладено на 49 сторінках друкованого тексту, що включає 14 таблиць, 3 рисунки. Список використаних джерел включає 39 найменувань, які займають 4 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРООБОРОТОМ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Потенціал торгівлі характеризується обсягом накопичених ресурсів, які призначаються для задоволення споживчого попиту населення на споживчі товари. Необхідною умовою забезпечення процесу реалізації товарів підприємством торгівлі є наявність товарних ресурсів, які є матеріальною базою для розвитку товарообороту. Відсутність або дефіцит товарних ресурсів істотно ускладнює господарську діяльність підприємства торгівлі, що призводить до зниження продажів і втрати прибутку.

Для товарообороту характерна наявність двох характеристик: обмін та об'єкт продажу як форма реклами. Подвійна природа торгівлі виникає з того, що, з одного боку, вона відображає кількість проданих (куплених) товарів, тобто обсяг товарної маси, а з іншого боку, величину торгових доходів, тобто торгівля об'єднує економічні та фінансові аспекти торговельного процесу.

Товарооборот слугує мірою розміру підприємства торгівлі, а також фінансових показників торгово-збутової діяльності з точки зору грошових доходів, отриманих від реалізації товарів. Товарооборот – це інструмент для вимірювання кількості проданих (куплених) товарів, основний показник діяльності підприємства торгівлі, що характеризує валовий результат його роботи. Від обсягу товарообороту залежать величина комерційного доходу і прибутку.

Багато авторів відзначали, що товарооборот - це економічна категорія, яка діє як сукупність економічних відносин, що виникають в процесі купівлі та продажу товарів. З іншого боку, думки авторів радикально розходяться. Одні розглядають товарооборот тільки як процес продажу товарів, інші розглядають як кінцеву стадію споживання виробничих товарів, як показник вартості проданих товарів [15].

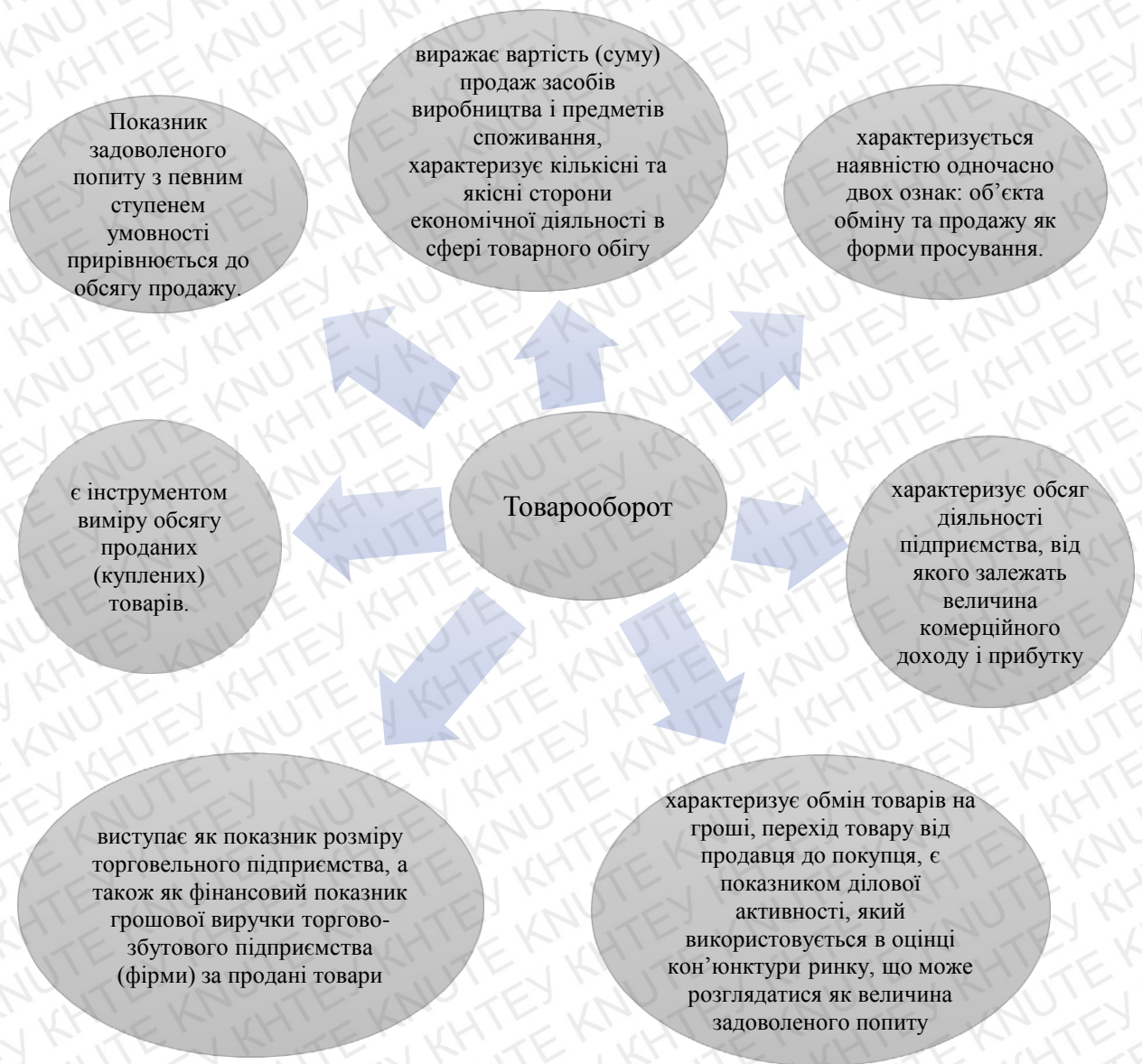


Рис. 1.1. Тракткування науковцями поняття «товарооборот»

Розроблено автором на основі [4,9,13,17]

На думку І.В. Височин, товарооборот є одним із головних результативних показників господарської діяльності підприємств торгівлі і важливим чинником забезпечення сталого економічного зростання країни в цілому [7].

Різноманітність і особливості характеристик товарообороту не випадкові і пояснюються універсальністю досліджуваної концепції. Найцікавіше - це чотири аспекти характеристик товарообороту.

По-перше, характеристики товарообороту як економічної категорії слід не тільки зводити до сукупності економічних відносин, що виникають в процесі купівлі та продажу товарів, а й доповнювати відносинами, пов'язаними з рухом товарів і грошової маси, а також сервісними послугами, пов'язаними з товарами й покупцями, тому що товарооборот відноситься до категорії комерційної логістики.

По-друге, як завершальний етап переходу від виробництва і обігу товарів до споживання, товарооборот виконує важливу соціальну функцію - підвищення добробуту і якості життя людей і, в кінцевому підсумку, здоров'я нації в цілому.

По-третє, товарооборот, як показник розміру підприємств торгівлі і їх положення на споживчому ринку, здійснює важливий внесок у внутрішній валовий продукт країни.

По-четверте, товарооборот, як результативний індикатор, відображає всі аспекти економічної та політичної, внутрішньої і зовнішньої діяльності підприємств торгівлі, що провадять господарські операції на світовому ринку споживчих товарів.

Вибір цих елементів не виключає інших характеристик поняття товарообороту, наприклад, як засобу впливу на виробництво, як форми оплати проданих товарів. Тому, на думку І.В. Височин, кількісні та якісні характеристики маси товарів, що переміщуються зі сфери виробництва в сферу споживання, знаходять своє відображення в показниках товарообороту [7].

Товарооборот роздрібної торгівлі неоднорідний за своєю структурою, він включає в себе обсяг реалізації товарів населенню через роздрібну мережу та громадське харчування, а також реалізацію товарів підприємствам, установам і організаціям. Велика частина роздрібної торгівлі безпосередньо пов'язана з індивідуальним споживанням і купівельною спроможністю населення [18].

В основі формування товарообороту лежать чотири ціноутворюючих елементи: непрямі податки, витрати на виробництво товарів, витрати на продаж (включаючи транспортування товарів від постачальників до місць їх продажу) і прибуток від операційної діяльності (рис. 1.2). Усі ці елементи оплачуються споживачем за умови відповідності товарної пропозиції купівельному попиту. Тому товарооборот можна розглядати як реалізований попит [11].



Рис. 1.2. Структура товарообороту за елементами ціноутворення

Розроблено автором на основі [11,12, 15,26,27]

Розглядаючи товарооборот як об'ємний показник діяльності, не можна залишити поза увагою той факт, що доходом підприємства торгівлі від реалізації товарів є частина товарообороту, представлена у вигляді суми торговельних надбавок (знижок), отриманих від реалізації товарів за певний період часу. У зв'язку з тим, що в торгівлі нова споживча вартість не створюється, дохід від реалізації товарів являє собою плату за надання торговельно-посередницької послуги (доведення товарів до споживачів та їх реалізацію), яка становить частину виручки підприємства торгівлі і називається комерційним доходом від реалізації товарів [15].

Динаміка роздрібної торгівлі, з одного боку, відображає стабільне зростання виробництва, з іншого - стабільне зростання, благополуччя культури населення. Також товарооборот здійснює суттєвий вплив на кількісну і якісну сторони діяльності підприємств.

Загалом, товарооборот - це продаж товарів масового споживання, надання платних торгівельних послуг населенню для задоволення особистих потреб або іншим підприємствам для подальшої переробки або продажу. Економічні відносини, пов'язані з обміном товарами, відображають економічний характер товарообороту.

Продаж певного товару окремому покупцю є досить специфічним і виражається в тому, що кількість проданих товарів обмежується межами особистого споживання (як правило, платоспроможним попитом і розумними потребами). Це підкреслює важливу соціальну роль роздрібної торгівлі, оскільки через обсяги роздрібного товарообороту, перш за все, робиться висновок про рівень добробуту населення [28].

Досить часто підприємства стимулюють товарооборот, але не варто цим зловживати. Так, коли підприємство стимулює товарооборот надто довго або надто часто, споживач починає сприймати такі товари як нікчемні, що неможливо продати нормальним способом. Особливо це стосується цінового стимулювання. В такому разі краще використати інші стимулюючі засоби, або посилити рекламну активність.

Отже, позитивні наслідки стимулювання роздрібного товарообороту полягають у наступному [19]:

- забезпечення маневреності росту роздрібного товарообороту підприємства;
- гармонійна інтеграція з іншими видами просування товару — рекламою, особистим продажем;
- орієнтація на негайне здійснення покупки споживачем;
- можливість здійснення власними силами та засобами підприємства;
- відносно невеликі витрати у процесі здійснення.

Основними недоліками стимулювання роздрібного товарообороту можна назвати короткостроковість та складність визначення ефективності процесу товароруку.

І.В. Височин наголошує, що розвиток товарообороту на рівні підприємства торгівлі можливий при виконанні таких умов ефективного стратегічного управління [6]:

- прогнозування та планування обсягів товарообороту, відповідно до основної стратегії діяльності підприємства торгівлі, яка передбачає взаємозв'язок темпів розвитку товарообороту з розвитком регіонального споживчого ринку та змінами його кон'юнктури, а також забезпечує необхідну суму прибутку;

- формування ефективної політики товарного забезпечення товарообороту, яка передбачає прогнозування та планування структури товарообороту, що найкраще відповідає потребам контингенту покупців, що обслуговує підприємство;

- забезпечення ефективного відтворення та використання наявного ресурсного потенціалу підприємства торгівлі.

Складність створення механізму управління торгівлею також обумовлена необхідністю реагувати на набір факторів, які формують торгівлю, з одного боку, і вплив торгівлі на товарооборот та фінансову діяльність торгових підприємств, з іншого. Іншими словами, у компанії має бути методика визначення необхідних параметрів обороту для отримання цільового доходу та задоволення прогнозованого попиту. У той самий час динаміка торгівлі має проводити фінансові результати і визначати становище над ринком і платоспроможність підприємства.

Функціонування механізму управління в умовах ринку – це самостійний вид професійно здійснюваної господарської діяльності, спрямованої на досягнення визначених цілей шляхом раціонального використання ресурсів із застосуванням принципів, функцій і методів економічного механізму менеджменту. Провідним є комплекс економічних

методів, важелів, нормативів, системи показників, за допомогою яких в управлінні товарооборотом реалізуються об'єктивні економічні закони [16].

Призначення функціональної підсистеми управління торгівлею: визначення цілей розвитку; планування товарообігу; організація торгових процесів; облік, контроль, аналіз показників товарообігу; їхнє регулювання. Все це необхідно для досягнення обсягу та структури торгівлі, необхідних для досягнення стратегічних цілей підприємства.

Товарооборот пов'язаний з усіма сторонами господарської діяльності підприємства торгівлі, одночасно він знаходиться під впливом маркетингового середовища, що складається з трьох підсистем: макро-, мікро- та внутрішнього середовища, кожна з яких має певне цільове призначення, методи і форми впливу на товарооборот [5].

Управління товарооборотом - дуже складний процес, що відображає багатогранний характер як управління торгівлею, так і економічними напрямками підприємства, процес реалізації товарів, що являє собою функціонально-допоміжний підрозділ відповідного організаційно-економічного механізму, що має самостійне призначення та здійснюється за допомогою організаційних інструментів, методів, засобів, що впливають на товарооборот [11].

Управління товарооборотом підприємства має за мету забезпечення необхідних темпів розвитку підприємства торгівлі, найбільш повне задоволення попиту споживачів, що обслуговуються, розширення їх контингенту. У процесі управління роздрібним товарооборотом визначаються такі завдання [12,18,24]:

- 1) взаємозв'язок темпів розвитку товарообігу з розвитком регіонального споживчого ринку та змінами його кон'юнктури;
- 2) планування обсягу реалізації товарів, який забезпечить отримання підприємством торгівлі необхідної суми прибутку;
- 3) забезпечення у процесі планування товарообігу ефективного використання наявного ресурсного потенціалу;

4) розробка асортиментної політики підприємства відповідно до попиту контингенту споживачів.

Принципи управління товарооборотом [14, 19, 28]:

– програмно-цільовий – означає, що розвиток товарообороту має бути підпорядкований виконанню чітко визначеної мети та розробленої на її основі програми реалізації;

– комплексності – передбачає узгодженість управління товарооборотом з іншими показниками діяльності та з прибутком підприємства торгівлі;

– науковості – вимогою є постійне удосконалення методології аналізу та планування товарообороту на базі використання економіко-математичного моделювання, побудова оптимізаційних моделей, урахування внутрішніх і зовнішніх факторів;

– неперервності – передбачає узгодженість виконання поточних і перспективних завдань управління товарооборотом у єдиному процесі.

Управління товарооборотом на мікрорівні передбачає дослідження підприємства роздрібною торгівлі як конкретної економічної одиниці з визначенням впливу товарообороту на цільові орієнтири діяльності підприємства (прибуток, чистий грошовий потік, ринкова вартість (цінність)).

Процес управління товарооборотом базується на наступних принципах:

1. Програмно-цільовий принцип, відповідно до якого розвиток товарообороту має бути підкорений виконанню чітко визначеної мети та розробленої на її основі програми реалізації.

2. Принцип комплексності, який передбачає узгодженість управління товарооборотом з іншими показниками діяльності і, головне, з основним результативним показником, який характеризує ефективність господарювання, - прибутком підприємства торгівлі.

3. Принцип науковості, вимогою якого є постійне удосконалення методології аналізу та планування товарообороту, на базі використання економіко-математичного моделювання, побудови імітаційних та

оптимізаційних моделей, урахування впливу негативних збурень у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства.

4. Принцип неперервності, дотримання якого передбачає узгодженість рішення поточних та перспективних завдань управління товарооборотом в єдиний управлінський процес.

Управління товарооборотом забезпечує досягнення головної мети діяльності підприємства роздрібною торгівлі. У контексті висунутої тези виникає необхідність розгляду наукових підходів до визначення головної цільової функції діяльності підприємства. Важливим теоретичним підґрунтям для цього є наукові праці, присвячені дослідженню цільової функції підприємства. Цільова функція підприємства розглядається в рамках поведінкової економічної теорії фірми, яка досліджує реальну поведінку окремих суб'єктів господарювання.

З урахуванням головної мети, завдань та принципів управління будується система управління товарооборотом, визначається конкретний зміст цього управління та послідовність його здійснення (додаток А) [24]:

На першому етапі управління товарооборотом передбачається формування інформаційної бази, тобто сукупності відомостей, необхідних для прийняття управлінських рішень щодо обсягу та структури роздрібного товарообороту.

На другому етапі управління товарооборотом здійснюється аналіз стану реалізації товарів даним підприємством та оцінюються можливості подальшого зростання обсягу товарообороту.

Третій етап управління товарооборотом підприємства пов'язаний з визначенням цілей подальшого розвитку товарообороту підприємства.

На четвертому етапі управління товарооборотом здійснюють обґрунтування обсягу та структури товарообороту на плановий період.

Після проведення розрахунків стосовно необхідного та можливого обсягу товарообороту підприємства, на плановий період необхідно досягти

збалансованості між цими показниками. Це і є головним завданням *п'ятого етапу* управління товарооборотом підприємства.

Контроль за виконанням поставлених планових завдань здійснюється на наступному, *шостому етапі* управління товарооборотом. На цьому етапі порівнюють досягнуті результати з плановими показниками, вносять необхідні корективи у попередньо розроблені плани та політику підприємства з метою забезпечення умов для виконання розробленого плану товарообороту та отримання максимально можливого обсягу доходу та прибутку.

Тільки відповідність між структурою товарообороту та структурою попиту забезпечує успішну реалізацію товарів торговельного підприємства [13].

Таким чином, склад і структура механізму управління правочинном визначається характером правочину як соціально-економічний показник, він входить до складу економічної підсистеми механізму управління економікою підприємства, має дочірню та функціональну підсистему. Окремі компоненти та інструменти. Узагальнюючи вищесказане, можна визначити механізм управління торгівлею як організаційно-економічну систему на торгівлю задля досягнення поточних і стратегічних цілей торгового підприємства.

Отже, головною метою управління товарооборотом у торгівлі є задоволення платоспроможного попиту різних категорій населення, забезпечення росту обсягів товарообороту, одержання необхідного прибутку на основі більш раціональної збутової політики. При цьому повинне забезпечуватися найбільш повне задоволення попиту покупців при максимальному залученні в оборот їх коштів і нормальному розвитку товарних запасів в оптовій і роздрібній ланках торгівлі.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ УПРАВЛІННЯ ТОВАРООБОРОТОМ ФІЛІЇ №14 ТОВ «ТНВ»

2.1. Оцінка передумов формування товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ»

На сьогоднішній день продовольчий ритейл України представлений багатьма компаніями, проте тільки декілька з них є лідерами в цій галузі, які задають тенденції і є прикладом для наслідування. В сучасних мінливих умовах зовнішнього середовища важливим підтвердженням ефективності функціонування суб'єкта господарювання є збільшення ринкової вартості підприємства, що стає можливим завдяки формуванню його конкурентоспроможної моделі бізнесу. Бізнес-модель підприємства – це сукупність елементів, які характеризують принципову, відмінну від конкурентів логіку його функціонування на основі використання ключових компетенцій для максимально ефективного розподілу стратегічних ресурсів у системі бізнес-процесів із метою створення продукту (послуги), що відповідає пріоритетам споживачів [22].

Товари в Філії №14 ТОВ «ТНВ» представлені в широкому ціновому діапазоні: є товари "private label", товари українських виробників та дорожчі імпорتنі. Таким чином, кожен покупець може здійснити покупку за своїм гаманцем.

З метою дослідження підприємства як господарюючої системи у певному ринковому середовищі, розуміння позиції компанії на ринку, виділення сильних та слабких місць в діяльності та подальшого формулювання і вибору стратегії Філії №14 ТОВ «ТНВ» розроблена табл. 2.1.

Таблиця 2.1

SWOT – аналіз Філії №14 ТОВ «ГНВ»

S (Сильні сторони)	W (Слабкі сторони)
<ul style="list-style-type: none"> • Широкий асортимент продукції. • Наявність товарів як вітчизняного виробництва, так і імпортних • Низькі ціни • Імідж на ринку • Фокусування на споживачі • Проведення благодійних акцій • Кредитування • Європейський досвід • Програма "Гарантія свіжості" та система Нас 	<ul style="list-style-type: none"> • Висока залежність від зниження попиту й етапу життєвого розвитку бізнесу. • Вплив сезонності на споживання. • Майже відсутні канали просування.
О (Можливості)	Т (Загрози)
<ul style="list-style-type: none"> • Широкі перспективи просування, наявність привабливих сегментів ринку • Наявність ринкового потенціалу • Позитивний тренд розвитку торгівлі • Впровадження міжнародних новинок • Збільшення частки експорту за рахунок продукції національного виробництва. 	<p>Зростаючий конкурентний тиск та поява нових конкурентів</p> <ul style="list-style-type: none"> • Збільшення витрат у зв'язку зі змінами у законодавстві • Спад економіки та як наслідок купівельної спроможності покупців • Зростання цін на сировину, що призведе до зростання цін і зменшення попиту

Як видно з табл. 2.2, протягом 2018-2020 років індекс MarketScore Філії №14 ТОВ «ГНВ» становив 3,8-4, що свідчить про максимальну ринкову потужність. "MarketScore" – це скоринговий індекс ринкової потужності компанії, розрахований аналітичним відділом YouControl, що ґрунтується на 10 індикаторах, які комплексно відображають ринкову частку компанії, її місце в галузі та динаміку росту у порівнянні з конкурентами. Діапазон значень цього показника може варіюватися від 1 (мінімальна ринкова потужність) до 4 (максимальна ринкова потужність) у залежності від поєднання індикаторів компанії [32].

2019 рік відзначився появою нових конкурентів, що вплинуло на погіршення місця компанії в секторі та частки, яку компанія займала у секторі, ринку та субринку.

Таблиця 2.2

Показники ринкової потужності Філії №14 ТОВ «ТНВ» у 2018- 2020 рр.

[32]

Фінансовий індикатор	2018р	2019р	2020р
Індекс MarketScore	A/4	A/3.9	A/3.8
Частка у секторі	0,45%	0,39%	0,37%
Частка ринку	4,37%	4,19%	3,95%
Частка на субринку	4,79%	4,73%	4,45%
Місце компанії в секторі	21	26	25
Місце компанії на ринку	4	4	4
Місце компанії на субринку	4	4	4
Абсолютний приріст виручки за рік, млн грн	2198,1	848,3	1629,5
Відносний приріст виручки за рік, %	33,0%	9,6%	16,8%
Абсолютний середньорічний приріст виручки за 3 роки, млн грн	1385,2	1468,8	1558,7
Сукупний середньорічний темп зростання виручки за 3 роки, %	23,5%	22,3%	19,4%

Відбулося зниження приросту виручки за рік, з 33% у 2018 році до 9,6% у 2019 році. При цьому впродовж досліджуваних років компанія займала 4 місце на ринку та субринку, абсолютний середньорічний приріст виручки за 3 роки виріс з 1385,2 млн грн в 2018 році до 1468,8 млн грн в 2019 році. В 2020 році компанія зберегла 4 місце на ринку та субринку, займала 0,37% у секторі та мала 4,45% на субринку. Також на 7,2 в.п. збільшився відносний приріст виручки у 2020 році, що склало 1629,5 млн грн абсолютного приросту.

Наступним етапом був аналіз фінансової стійкості Філії №14 ТОВ «ТНВ», зокрема індексу FinScore та його елементів (табл. 2.3).

FinScore - скоринговий індекс фінансової стійкості компанії, розрахований аналітичним відділом YouControl, що базується на 10 фінансових індикаторах, які комплексно відображають стан ліквідності, платоспроможності, рентабельності та ділової активності компанії у порівнянні з конкурентами на ринку.

Таблиця 2.3

**Показники фінансової стійкості Філії №14 ТОВ «ТНВ» у 2018- 2020 рр.
[32]**

Фінансовий індикатор	2018р	2019р	2020р
Індекс FinScore	D/1,8	C/2,4	B/2,5
Ліквідність			
Поточна ліквідність	73,10%	83,50%	86,80%
Абсолютна ліквідність	10,20%	9,70%	11,20%
Платоспроможність			
Коефіцієнт автономії	-33,30%	-13,60%	4,90%
Прибутковість			
ROA - Рентабельність активів	-11,40%	7,50%	5,60%
RCA - Рентабельність оборотних активів	-16%	8,90%	7,20%
NPM - Чиста маржа	-2,20%	2,10%	2,30%
ROTA - Рентабельність загальних активів	-7,90%	10,50%	8,10%
Ділова активність			
Оборотність загальних активів	5,5	4,4	3,1
Оборотність робочого капіталу	-21,1	-21,5	-22,4
Оборотність дебіторської заборгованості	27,7	18,7	9,3

Діапазон значень цього індексу може варіюватись від 1 (мінімальна фінансова стійкість) до 4 (максимальна фінансова стійкість), в залежності від значень фінансових індикаторів компанії.

З табл. 2.3 видно, що впродовж 2018-2020 років показник потроху зростав, що свідчить про покращення фінансової стійкості компанії. Рекомендоване значення для поточної ліквідності компанії становить більше 100%, показник характеризує здатність компанії погашати свої поточні зобов'язання строком до 1 року за рахунок оборотних активів. Дивлячись на дані Філії №14 ТОВ «ТНВ», треба відзначити, що їй не вистачає ресурсів, які можна використовувати для погашення короткострокових вимог кредиторів, адже в 2019 році показник становив лише 83,5 %, а в 2020 році 86,8%. В 2018 році коефіцієнт автономії досяг -33,3%, в 2019 році показник становив -13,6%, а в 2020 році 4,9%. Щодо прибутковості компанії, 2019 рік став першим за довгі роки, коли компанія отримала не збитки, а прибуток, зростає рентабельність активів до 7,5% і чиста маржа до 2,1%. В 2020 році

рентабельність активів становила 5,6%, а чиста маржа 2,3%, що безумовно свідчить про успішну діяльність компанії у цьому році.

На відміну від ROA, при розрахунку ROTA (рентабельність загальних активів) використовується не чистий прибуток, а операційний прибуток підприємства. Це дозволяє абстрагуватись від впливу податків та боргового навантаження на дохідність. Щодо ділової активності компанії, то в 2019 році у порівнянні з 2018 роком, ситуація погіршилася. Оборотність загальних активів зменшилася з 5,5 до 4,4 разів і в 2020 році становила всього 3,1 рази. Також дані свідчать про неефективне використання робочого капіталу компанії, з точки зору згенерованої ним виручки. Одним із ключових факторів успіху діяльності компанії є наявність великої кількості клієнтів та максимальне задоволення їх потреб. В додатку Б наведені дані за 2019-2020 роки за кількістю клієнтів. Як бачимо, тенденція продовжується і кількість клієнтів зменшується, кількість клієнтів за день зменшилася 516 чоловік або на 0,05%. Проте збільшується ціна покупки та середня ціна продажу, при цьому кількість артикулів на клієнта залишається майже без змін. Не дивлячись на щорічне зменшення клієнтів, товарооборот в Філії №14 ТОВ «ТНВ» продовжує зростати. Це відбувається через підвищення середньої ціни артикула. Впродовж двох досліджуваних років маржа продажу збільшилася на 18359319 грн або 12%. Загальні витрати зросли на 20355256 грн, або 13%. В 2020 році загальні витрати становили аж 12,17% від товарообороту, найбільшу частку у витратах припадає на заробітну плату працівникам Філії №14 ТОВ «ТНВ» і склали майже стільки же, що й Cash Flow, а саме 4,66%.

Оскільки Філії №14 ТОВ «ТНВ» намагається надати клієнтам найбільш широкий асортимент товарів та за цінами нижчими, ніж в конкурентів, маржа на продаж не дуже висока, а при постійному підвищенні цін - зростають витрати, велику частку займає оплата заробітної плати та інші управлінські витрати, які покриваються значною частиною прибутку, який зростає замалими темпами.

2.2. Аналіз загального обсягу та асортиментної структури товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ»

У новій економічній ситуації, яка характеризується посиленням конкуренції і загостренням проблеми виживання, забезпечення динамічного розвитку підприємств роздрібної торгівлі вимагає проведення глибокої і всебічної аналітичної роботи.

Сучасний стан методичного забезпечення аналізу товарообороту характеризується різноманітністю інструментів його проведення. Практично жодне дослідження зарубіжних та вітчизняних науковців з економіки та організації торговельної діяльності, економічного аналізу торговельної діяльності, статистики торгівлі не обходиться без викладення методичного інструментарію та порядку проведення аналізу товарообороту.

Аналіз загального обсягу та асортиментної структури товарообороту підприємства дає змогу встановити ступінь рівномірності продажу товарів за місяцями та кварталами, виявити особливості торгівлі та попиту на товари, що реалізує підприємство. Чим вище значення мають показники, тим не ритмічніше здійснюється процес реалізації товарів на підприємстві. Отже, проведемо дослідження динаміки товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ» у 2018-2020 рр. (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Динаміка товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ» у 2018-2020 рр.

Товари і товарні групи	Обсяг товарообороту, тис. грн.			Абсол. зміна, тис.грн.		Темп зміни,%	
	2018р	2019р	2020р	2019р з 2018р	2020р з 2019р	2019р з 2018р	2020р з 2019р
Разом прод. товарів	1 034 766,9	1 003 723,9	1 111 394,0	-31 043,0	107 670,1	-3,00	10,73
Разом непрод. товарів	310 954,5	320 034,4	322 393,0	9 079,9	2 358,6	2,92	0,74
Усього прод та непрод товарів	1 345 721,4	1 323 758,3	1 433 786,9	-21 963,1	110 028,6	-1,63	8,31

Розглядаючи загальний обсяг товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ», варто зазначити, що в 2019 році в порівнянні з 2018 роком відбулося його зменшення на 21963,1 тис. грн або на 1,63%. В 2020 році загальний товарооборот досліджуваного підприємства торгівлі склав 1433786,9 тис.грн.

Обсяг товарообороту продовольчих товарів значно змінювався впродовж досліджуваних років. Спочатку він зменшився на 3%, а в 2020 році зріс на 10,73%. Більш стабільний обсяг товарообороту у 2018-2020 роках спостерігається по непродовольчих товарах. Спочатку зріс на 2,92%, а в 2020 році на 0,74%. Загалом тенденція є непоганою, хоча як відомо, одним з факторів зростання товарообороту є зростання цін на товари та послуги, що не завжди гарантує прибутковість підприємства.

Дослідження асортиментної структури товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ» дозволяє здійснювати ранжування товарних груп за ступенем їх значущості, вкладу в загальний обсяг товарообороту підприємства, а також кількісно оцінювати позитивний або негативний вплив динаміки реалізації окремих видів товарів. Структура товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ» у 2018-2020 рр. наведена в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Структура товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ» у 2018-2020 рр.

Товари і товарні групи	2018р		2019р		2020р	
	Обсяг, тис. грн.	Частка в структурі, %	Обсяг, тис. грн.	Частка в структурі, %	Обсяг, тис. грн.	Частка в структурі, %
Продовольчі товари	1 034 766,91	76,9	1 003 723,9	75,8	1 111 394,0	77,5
Непродовольчі товари	310 954,54	23,1	320 034,4	24,2	322 393,0	22,5
Разом	1345721,44	100,0	1323758,3	100,0	1 433 786,9	100,0

Як бачимо, протягом трьох досліджуваних років частка продовольчих товарів в загальній структурі товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ» була більша за частку непродовольчих товарів більш, ніж в 3 рази. Найкраще

співвідношення продовольчих та непродовольчих товарів спостерігається (тобто найбільший відсоток непродовольчих товарів в структурі товарообороту впродовж трьох досліджуваних років) в 2019 році і становить 75,8% та 24,2% відповідно. Також треба зазначити, що ріст загального товарообороту в 2020 році відбувся більше за рахунок зростання обсягу товарообороту саме продовольчих товарів (частка непродовольчих товарів найменша за три роки). Відбулося це з декількох причин: товарооборот росте за рахунок підвищення цін на товари; купівельна спроможність покупців не зростає і вони змушені більшу кількість грошей витратити на продовольчі товари, обмежуючи власні потреби на непродовольчі товари. Забезпечення умов для досягнення запланованого обсягу товарообороту значною мірою залежить від ефективності асортиментної політики підприємства торгівлі з підбору для реалізації окремих видів та різновидів товарів, планування та регулювання асортиментної структури товарообороту. В табл. 2.6 наведено обсяги реалізації продовольчих товарів за товарними групами Філії №14 ТОВ «ТНВ» в 2018-2020 роках.

Таблиця 2.6

Динаміка обсягів реалізації продовольчих товарів Філії №14 ТОВ «ТНВ» за товарними групами у 2018-2020 рр.

Товари і товарні групи	Обсяг товарообороту, тис. грн			Абсолютна зміна, тис. грн		Темпи змін, %	
	2018р	2019р	2020р	2019р з 2018р	2020р з 2019р	2019р з 2018р	2020р з 2019р
Продукти харчування	724694,6	701819,7	784336,9	-22874,9	82517,2	-3,2	11,8
Інші лікєро-горілчані вироби	41769,6	41303	45691,7	-466,6	4388,7	-1,1	10,6
Горілка	19506,4	18410,2	19592,3	-1096,2	1182,1	-5,6	6,4
Пиво і коктейлі	14495,2	14742,4	16119,4	247,2	1377	1,7	9,3
Вино	35831,6	36727,7	39375,3	896,1	2647,6	2,5	7,2
Кондитерські вироби	8168,7	8215,9	10766,5	47,2	2550,6	0,6	31,0
Соки і сиропи	12262,9	11573,6	12635,4	-689,3	1061,8	-5,6	9,2
Напої безалкогольні і кола	8890,3	8819,9	10471,4	-70,4	1651,5	-0,8	18,7
Вода	15484,3	14411,2	17590,3	-1073,1	3179,1	-6,9	22,1
Біо-продукти	150377,1	143731	150827,1	-6646,1	7096,1	-4,4	4,9
Дієтичне харчування	3286,21	3969,3	3987,5	683,09	18,2	20,8	0,5
Всього	1034766,9	1003723,9	1111394,0	-31043	107670,1	-3,0	10,7

Як видно з табл. 2.6, асортимент продовольчих товарів Філії №14 ТОВ «ТНВ» є досить широким, побудований на аналізі асортименту магазинів - конкурентів та максимально наближений до потреб споживачів. Впродовж трьох досліджуваних років позитивну тенденцію з підвищенням обсягу товарообороту мали такі товари та товарні групи, як: продукти харчування, пиво і коктейлі, вино, кондитерські вироби, напої безалкогольні і кола, вода, біопродукти тощо. Так, товарооборот за продуктами харчування у 2019 році зменшився на 22874,9 тис. грн. або 3,2%, у 2020 році товарооборот навпаки зріс на 82517,2 тис. грн. або 11,8%; товарооборот за асортиментною групою дієтичні продукти за досліджуванні 2018-2020 роки зростають, так у 2019 році зростання склало 683,09 тис. грн або 20,8% і в 2020 році значно менше зріс товарооборот за даною асортиментною групою а саме на 18,2 тис. грн. або 0,5%. Загалом товарооборот за всіма іншими товарними групами у 2020 році в порівнянні з 2019 роком також зростають і загальний товарооборот по асортиментній групі продовольчі товари зріс у 2020 році на 107670,1 тис. грн або 10,7% у порівнянні з 2019 роком. Структуру реалізації продовольчих товарів Філії №14 ТОВ «ТНВ» у розрізі товарних груп наведено у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Динаміка структури реалізації продовольчих товарів Філії №14 ТОВ «ТНВ» у 2018-2020 рр

Товари і товарні групи	Частка у структурі товарообороту, %			Абсолютна зміна, в.п.	
	2018р	2019р	2020р	2019р з 2018р	2020р з 2019р
Продукти харчування	70,03	69,92	70,57	-0,09	0,64
Інші лікєро-горілч.вир.	4,04	4,11	4,11	0,07	0,00
Водка	1,89	1,83	1,76	-0,06	-0,07
Пиво і коктейлі	1,40	1,47	1,45	0,07	-0,02
Вино	3,46	3,66	3,54	0,20	-0,12
Кондитерські вироби	0,79	0,82	0,97	0,03	0,15
Соки і сиропи	1,19	1,15	1,14	-0,04	-0,01
Напої безалкогол. І кола	0,86	0,88	0,94	0,02	0,06
Вода	1,50	1,44	1,58	-0,06	0,14
Біо-продукти	14,53	14,32	13,57	-0,21	-0,75
Дієтичне харчування	0,32	0,40	0,36	0,08	-0,04
Всього	100	100	100	x	x

Як видно з табл. 2.7, найбільшу частку в товарообороті продовольчих товарів складають продукти харчування, так у 218 році дана частка склала 70,03%; у 2019 році – 69,92%, що менше ніж у 2018 на 0,09 в.п. та у 2020 році 70,57%, що більше на 0,64 в.п. ніж у 2019 році, біо-продукти за досліджуваний період склали у 2018 році 14,53%; у 2019 році – 14,32% та у 2020 році – 13,57% і зменшились у структурі товарообороту на 0,75 в.п. у 2020 році в порівнянні з 2019 роком. Далі в табл. 2.8 розглянуто динаміку обсягів реалізації непродовольчих товарів Філії №14 ТОВ «ТНВ» в 2018-2020 роках.

Таблиця 2.8

**Динаміка обсягів реалізації непродовольчих товарів та послуг
Філії №14 ТОВ «ТНВ» у 2018-2020 рр.**

Товари і товарні групи	Обсяг товарообороту, тис. грн			Абсолютна зміна, тис. грн		Темпи змін, %	
	2018р	2019р	2020р	2019р з 2018р	2020р з 2019р	2019р з 2018р	2020р з 2019р
Гігієна і здор. дитини	40140,9	36874,8	38880	-3266,1	2005,2	-8,14	5,44
Постіль	5499,8	4149,5	3677,8	-1350,3	-471,7	-24,55	11,37
Прибир/Догляд за будинком	6192,5	6029,8	6485,3	-162,7	455,5	-2,63	7,55
Речі для дому	35209	37894,6	41196,9	2685,6	3302,3	7,63	8,71
Канцелярські товари	25732,8	27669,6	29145,9	1936,8	1476,3	7,53	5,34
Іграшки	19009,7	18578,9	18896,5	-430,8	317,6	-2,27	1,71
Книги	7706,7	9001,9	9309,4	1295,2	307,5	16,81	3,42
Жіночий одяг	25274,1	26228,2	24529,7	954,1	-1698,5	3,78	-6,48
Одяг чоловічий	20296,3	22452,8	21218,3	2156,5	-1234,5	10,63	-5,50
Дитячий одяг та речі	19075,3	21313,9	19342,5	2238,6	-1971,4	11,74	-9,25
Аксесуари та галантерея	82586	84599,7	88177,2	2013,7	3577,5	2,44	4,23
Взуття	20674,14	21540,7	17454,7	866,56	-4086	4,19	18,97
Текстиль д/зим. видів спор	233,6	235,6	216,6	2	-19	0,86	-8,06
Продаж упаковок	3231,9	3345	3591,3	113,1	246,3	3,50	7,36
Послуги з доставки	2,8	0,2	146,5	-2,6	146,3	-92,86	у 7 разів
Сервіс	89	119,2	124,4	30,2	5,2	33,93	4,36
Всього	310954,54	320034,4	322393	9079,86	2358,6	2,92	0,74

Позитивну тенденцію із щорічним підвищенням обсягу товарообороту мали такі товари та товарні групи, як:

- Книги в 2019 році у порівнянні з 2018 роком зросли на 16,81%, а у 2020 році у порівнянні з 2019 роком - на 3,42%;
- Речі для дому зросли на 2685,6 тис. грн або 7,63% в 2019 році та на 3302,3 тис. грн або 8,71% в 2020 році;
- Одяг чоловічий зріс на 10,63% у 2019 році та зменшився на 5,50% у 2020 році.

Найбільша зміна спостерігається у послугах з доставки, які в 2020 році, у порівнянні з 2019 роком, зросли на 146,3 тис. грн. У 2020 році зріс товарооборот за асортиментною складовою речі для дому на 3302,3 тис. грн або 8,71%, також зростання складо товари для прибирання та догляду за будинком на 455,5 грн. або 7,55%. Товарооборот за товарною групою гігієна і здоров'я дитини також зростають у 2020 році на 2005,2 тис. грн або 5,44%. Товарооборот за товарною групою канцелярські товари зростають у 2020 році на 1476,3 тис. грн. або на 5,34%.

Структуру товарообороту непродовольчих товарів Філії №14 ТОВ «ТНВ» у розрізі товарних груп наведено у табл. 2.9.

Як бачимо, найбільшу частку в структурі товарообороту непродовольчих товарів та послуг Філії №14 ТОВ «ТНВ» займає товарна група аксесуари та галантерея, так у 2018 році частка складала 26,56%; у 2019 році 26,43% і зменшились у порівнянні з 2019 роком на 0,14 в.п.; у 2020 році частка складала 27,35% і зросла на 0,92 в.п. в порівнянні з 2019 роком.

Далі розраховано коефіцієнт співвідношення темпу змін товарообороту та товарних запасів (табл. 2.10), де наступні умови, якщо $K > 1$, то співвідношення темпів росту товарообороту та товарних запасів є нормальним (за умови, що зростають обидва показники – і ТО, і ТЗ), а якщо $K < 1$, то не нормальним. Якщо ТО зростає, а ТЗ зменшуються, то це може призвести до дефіциту товарів, Якщо ТО скорочується, а ТЗ зростають, то може виникнути надлишок товарної маси.

Таблиця 2.9

**Динаміка структури реалізації непродовольчих товарів та послуг Філії
№14 ТОВ «ТНВ» у 2018-2020 рр.**

Товари і товарні групи	Частка у структурі товарообороту, %			Абсолютна зміна, в.п.	
	2018р	2019р	2020р	2019р з 2018р	2020р з 2019р
Гігієна і здор.дитини	12,91	11,52	12,06	-1,39	0,54
Постіль	1,77	1,30	1,14	-0,47	-0,16
Прибир/Догляд за будинком	1,99	1,88	2,01	-0,11	0,13
Речі для дому	11,32	11,84	12,78	0,52	0,94
Канцелярські товари	8,28	8,65	9,04	0,37	0,39
Іграшки	6,11	5,81	5,86	-0,31	0,06
Книги	2,48	2,81	2,89	0,33	0,07
Жіночий одяг	8,13	8,20	7,61	0,07	-0,59
Одяг чоловічий	6,53	7,02	6,58	0,49	-0,43
Дитячий одяг та речі	6,13	6,66	6,00	0,53	-0,66
Акcesуари та галантерея	26,56	26,43	27,35	-0,12	0,92
Взуття	6,65	6,73	5,41	0,08	-1,32
Текстиль д/зим.видів спор	0,08	0,07	0,07	0,00	-0,01
Продаж упаковок	1,04	1,05	1,11	0,01	0,07
Послуги з доставки	0,001	0,0001	0,05	0,00	0,05
Сервіс	0,03	0,04	0,04	0,01	0,00
Всього	100,00	100,00	100,00		

Таблиця 2.10

**Коефіцієнт співвідношення темпів зростання товарообороту і товарних
запасів на Філії №14 ТОВ «ТНВ» у 2018-2020 рр.**

Показник	2018р	2019р	2020р	Темп росту, %	
				2019р з 2018р	2020р з 2019р
Товарооборот загальний, тис.грн.	1 345 721,4	1 323 758,3	1 433 786,9	98,4	108,3
Товарооборот по продовольчих товарах, тис.грн.	1 034 766,9	1 003 723,9	1 111 394,0	97,0	110,7
Товарооборот по непродовольчих товарах, тис.грн.	310 954,5	320 034,4	322 393,0	102,9	100,7
Товарні запаси загальні, тис.грн.	88 887,3	103 160,4	112 877,9	116,1	109,4
Товарні запаси по продовольчих товарах, тис.грн.	42 620,0	43 738,5	53 765,5	102,6	122,9
Товарні запаси по непродовольчих товарах, тис.грн.	46 267,3	59 421,9	59 112,4	128,4	99,5
Коефіцієнти співвідношення темпів росту ТО і ТЗ (загальний)		0,85	0,99		
по продовольчих товарах		0,95	0,90		
по непродовольчих товарах		0,80	1,01		

Коефіцієнт співвідношення темпів росту товарообороту та товарних запасів (загальний) є нормальним ($K < 1$), так як зростають обидва показники – і T_0 , і T_3).

У структурі товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ» найбільшу частку займають продовольчі товари, що на жаль свідчить про низький рівень доходу споживачів, які мусять більшу частину грошей витратити на продовольчі товари, а вже на залишені купувати непродовольчі товари.

Обсяг товарних запасів з кожним роком збільшувався, при цьому темп зростання обсягів товарних запасів був вище темпів зростання товарообороту, про що говорить нам проаналізований вище коефіцієнт співвідношення даних показників.

2.3. Матричний аналіз товарного асортименту Філії №14 ТОВ «ТНВ»

Забезпечення оптимального товарного асортименту передбачає застосування ABC-XYZ аналізу. ABC-аналіз дозволяє визначити внесок кожного товару/товарної групи до загального результату, а XYZ-аналіз виявляє відхилення, стрибки та нестабільність продажів.

Результати розрахунків, які наведені в додатку В, вказують на те, що досліджуваному підприємству найбільш вигідно продавати такі товари та товарні групи як: інші лікєро-горілчані вироби, продовольчі товари: свіжі овочі та фрукти, кондитерські вироби, вино, товари на вагу та інші. Так, перша категорія "А" – включає 50% усіх товарів в обсязі товарообороту.

Друга категорія "В" – включає 30 % асортименту товарів, які займають таку саму частку в загальній вартості товарів, але мають меншу значимість у забезпеченні здійснення товарообороту і формування фінансових результатів. До цієї категорії належать такі товари як: м'ясні делікатеси, сири, горілка, вода, кулінарні добавки та соуси, риба, яйця та інші товари.

Третя категорія "С" – включає решту (20 %) товарів, які не відіграють особливої ролі у формуванні кінцевих фінансових результатів. До таких товарів відносяться: хліб власного виробництва, десерти, соки і сиропи, копченості, та інші товарні групи. Тепер щодо результатів ABC-XYZ аналізу продуктового асортименту. До групи AX, що має високий внесок в збут, високий ступінь надійності прогнозу, внаслідок стабільності споживання товарів цієї групи увійшли: свіжі молочні продукти, дієтичне харчування та засоби особистої гігієни. До групи AY, що має високий внесок в збут та середній ступінь надійності прогнозу внаслідок нестабільності споживання товарів цієї групи, увійшли: м'ясо птиці, свіжі овочі, м'ясні делікатеси, товари на вагу та гарячі напої. Група AZ відзначається високим вкладом в збут, проте низьким ступенем надійності прогнозу внаслідок стохастичного споживання. До цієї групи увійшли: інші лікерно-горілчані вироби, свіжі фрукти, вино та кондитерські вироби.

Середнім вкладом в збут і високим ступенем надійності прогнозу внаслідок стабільності споживання товарів цієї групи, відзначаються товари та товарні групи VX. До неї увійшли: гарніри та корм для тварин. Група VY - середній вклад в збут і середній ступінь надійності прогнозу. До неї входять: м'ясні делікатеси (магазинна фасовка), сири, масло, маргарин та олія, вода, горілка, кулінарні добавки, соуси, пиво і коктейлі, інша заморозка, засоби догляду за білизною, миючі. Група VZ - середній вклад в збут та низький рівень надійності прогнозу. До цієї групи увійшли: риба, консерви, косметика і парфумерія, яйця.

До трьох останніх груп з низьким вкладом в збут увійшло дуже багато товарів і товарних груп. Група SX (високий ступінь надійності прогнозу): засоби догляду за волоссям, сніданки, легкі закуски та аператив, господарські речі для дому, біо-продукти. Група SY (середній ступінь надійності прогнозу): хліб, молочна продукція стерилізована, десерти, соки і сиропи, кондитерські вироби, тютюнові вироби, готова кулінарія (магазинна фасовка), риба заморожена фасована, печиво та французька випічка,

товари світу, горіхи та сухофрукти та інші. Група CZ (низький ступінь надійності прогнозу): напої безалкогольні, готова кулінарія, заморожена продукція вагова, риба копчена, свіжі вагові продукти, копченості власного виробництва. Як видно з додатку В, підприємству найбільш вигідно продавати такі товари та товарні групи як: іграшки, канцелярські товари, взуття, мала побутова техніка, мала побутову техніку, гігієна і здоров'я дитини, сервірування столів, дитяче харчування, чоловічий одяг, товари для саду, автомобілі та речі для дому.

Результати ABC-XYZ аналізу непродуктового асортименту показали, що до групи AX (яка має високий внесок в збут, високий ступінь надійності прогнозу внаслідок стабільності споживання товарів цієї групи) увійшла товарна група "Гігієна і здоров'я дитини". До групи AY, що має високий внесок в збут та середній ступінь надійності прогнозу внаслідок нестабільності споживання товарів цієї групи, увійшли: дитяче харчування, чоловічий одяг та речі для дому. Група AZ відзначається високим вкладом в збут, проте низьким ступенем надійності прогнозу внаслідок стохастичного споживання. До цієї групи увійшли: іграшки, канцелярські товари, взуття, мала побутова техніка, мала побутову техніку, сервірування столів, товари для саду та автомобілі речі. Група BY - середній вклад в збут і середній ступінь надійності прогнозу. До неї входять: текстиль для дому, білизна, чоловічі шкарпетки, жіноча білизна і одяг, речі для кухні, електроосвітлювальні прилади, догляд за будинком.

Група BZ - середній вклад в збут та низький рівень надійності прогнозу. До цієї групи увійшли: книги, дитячий одяг, спортивне спорядження, аудіо та відеотехніка, аксесуари до них.

До трьох останніх груп з низьким вкладом в збут увійшло дуже багато товарів і товарних груп. Група CX: аксесуари та галантерея, газети та журнали. Група CY: обладнання електричне, аксесуари для комп'ютерної техніки, постіль та меблі для дому, засоби зв'язку, продаж упаковок, фарби, інструменти, одяг для немовлят, ванна кімната, дитячі речі, будівництво та

сантехніка, фототехніка та аксесуари, фурнітура. Група CZ: білизна та шкарпетки дитячі, багаж, святкові прикраси, прикраси для столу, відпочинок на відкритому повітрі, велика побутова техніка, комп'ютерна техніка, текстиль для зимових видів спорту, послуги з доставки, ємності для безпеки, сервіс.

Далі представлено показники рентабельності продажів. Коефіцієнт маржі - відношення прибутку до виручки. Якщо помножити отриманий показник на 100%, то в підсумку можна отримати рентабельність продажів (табл. 2.11). Маржа продажу - це відношення прибутку до ринкової вартості товару. Він показує, скільки реального прибутку було отримано підприємством від реалізації свого товару, не враховуючи змінні витрати.

Таблиця 2.11

Рентабельність продажів (маржа) Філії №14 ТОВ «ТНВ» у 2018-2020 рр.

	Маржа продажу, тис. грн		Маржа у %	Маржа продажу, тис. грн
	2018р	2019р	2019р	2020р
Всього	149087,2	167446,6	11,7	160472,9
Продовольчі товари	95047,0	112826,1	10,2	110166,4
Непродовольчі товари	53193,4	56790,5	17,6	61518,7

Ефективність продажів продовольчих товарів у 2020 році зростала більше за непродовольчі товари, 18,7% проти 6,8% відповідно. Отже, Філія №14 ТОВ «ТНВ» досить вдало формує свою асортиментну політику, відслідковує ринкові новинки (а також тенденції в зарубіжних країнах) для того, щоб бути в тренді, враховує побажання та зауваження своїх клієнтів. Постійно проводиться аналіз асортиментного ряду, добавляються товари з високим попитом, та прибираються не актуальні та не цікаві для покупців товари.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРОБОРОТОМ ФІЛІЇ №14 ТОВ «ТНВ»

Планування товарообороту є одним з найважливіших аспектів діяльності підприємства. Необхідно провести оптимізацію асортименту товарів починається з маркетингового аналізу, який проводиться по наступних питаннях:

- який загальний попит на товар: стійкий, падає, росте;
- як розвивається попит всередині галузі: на який товар попит росте, на який падає, на що з'являється мода;
- який рівень цін існує на кожен групу товару;
- у чому конкурентні переваги компанії і її товарів;
- як поведуться конкуренти, яка їх асортиментна політика.

Вивчивши цю інформацію, можна переходити до розрахунку показників, необхідних для економічного аналізу.

Економічний аналіз потрібний керівникові для ухвалення управлінських рішень, спрямованих на підвищення прибутковості підприємства [21, 25]:

- оптимізувати асортимент продукції, забезпечуючи максимально можливу за поточних ринкових умов рентабельність;
- коригувати ціни на продукцію;
- планувати випуск продукції в тих об'ємах, який дозволяє досягти окупності.

Для того, щоб приймати вірні управлінські рішення, керівникам необхідно володіти економічною інформацією.

За результатами проведеного аналізу в межах другого розділу роботи, нижче запропоновані заходи, які доцільно використовувати для оптимізації асортименту в Філії №14 ТОВ «ТНВ» (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Заходи з оптимізації асортиментної політики

Філії №14 ТОВ «ТНВ»

Систематизовано автором на основі [10,13,16,25]

Крім того, щоб асортимент дійсно був оптимальним, слід врахувати обмеження, пов'язані з виробничими потужностями (для товарів власного виробництва та "private label"), наявними оборотними коштами, потребою ринку в товарі. Недостатньо орієнтуватися тільки на економічні показники, але в той же час не можна приймати рішення виходячи виключно з

маркетингової інформації. Тільки розгляд усіх чинників в системі дозволить прийняти обґрунтоване рішення. Для своєї ефективної діяльності, Філії №14 ТОВ «ТНВ» потрібно постійно працювати над оптимізацією асортиментної політики, оскільки вона є одним з ключових факторів, що впливає на результативні показники товарообороту підприємства.

Безпосередньо Філії №14 ТОВ «ТНВ» необхідно:

- забезпечити задоволення споживчого попиту, враховуючи вимоги споживачів до товарів, методів продажу, упаковки, сервісу та послуг;
- підвищити економічну ефективність підприємства і рівень торговельного обслуговування населення (оптимізувати торговельну площу, переглянути ціноутворення та своїх постачальників (щоб знизити собівартість товарів і підвищити комерційний дохід));
- забезпечити достатню широту, глибину та стійкість асортименту (провести анкетування та інші маркетингові заходи, для аналізу задоволеності та незадоволеності покупців та їх потреб);
- вчасно поповнювати та регулювати асортимент, гнучко реагуючи на вимоги ринку, нові тенденції;
- забезпечувати закупівлю товарів в обсязі, що відповідає запитам ринку та формувати оптимальний рівень товарних запасів;
- змінити внутрішню магазинну рекламу та більше приділити уваги взаємодії з клієнтами, оновлювати сайт, активно вести сторінки в соціальних мережах, та інше.

Ґрунтуючись на проведеному в межах другого розділу аналізі товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ», нижче запропоновані рекомендації щодо груп товарів, яким слід приділити більше уваги та тим самим збільшити їх товарооборот:

- в продовольчій групі товарів зменшення обсягів продажу спостерігається у м'ясному відділі, тому пропонуємо змінити викладку м'яса, поставити продавця за прилавок та дозволити покупцям самим визначати вагу.

Таким чином, асортимент та кількість товару буде задовольняти клієнта, дасть змогу вчасно поповнювати запаси свіжими товарами та зменшить кількість м'яса на списання;

- необхідно модернізувати та розробити навігацію у відділі косметики та догляду, адже через незрозуміле розташування певних товарних груп товарооборот даних з кожним роком повільно скорочується;

- ще одним напрямком для удосконалення та оптимізації асортименту є групи товарів, пов'язані з одягом, взуттям та аксесуарами.

Більша частина асортименту в магазині планується на сезон, за півроку чи рік, тому не завжди представлений товар відповідає вимогам споживачів.

Також рекомендуємо вдосконалити навігацію та розташування роздягалень, адже покупці найчастіше просто не бачать їх і приміряють одяг та аксесуари прямо в торговому залі.

Грамотне управління асортиментом дозволить вплинути на результативні показники товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ». Отже, успішна діяльність магазину неможлива без ефективної організації управління асортиментом. Для підвищення ефективності управління товарооборотом Філії №14 ТОВ «ТНВ» потрібно:

- формувати цілеспрямовану асортиментну політику, яка допоможе підприємству визначити конкурентоспроможність її продукції на ринку, дозволить уникнути значних фінансових і підприємницьких ризиків;

- контактувати постійно з потенційними покупцями;

- увести вживання більше передових конфігурацій і методів досліджування попиту продукції підприємства.

Плановий обсяг та структура товарообороту підприємства є вихідними для планування та прогнозування всіх інших показників господарської діяльності підприємства — комерційного доходу, витрат обігу, прибутку, потреби в ресурсах та капіталі тощо. Тому планування товарообороту, його обсягу та структури є найбільш відповідальним етапом

при плануванні фінансово-господарської діяльності підприємства торгівлі та асортименту [12].

При визначенні планового обсягу товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ» головний акцент направлений на задоволенню попиту покупців середовищу функціонування даного підприємства, продуктивному вживанню існуючих на підприємстві фінансових, матеріальних, трудових ресурсів і як результат досягненню конкретної результативності фінансово-господарської діяльності.

Результати планування товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ» на основі середнього темпу росту наведено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

**Результати планування товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ»
на основі середнього темпу росту на 2021 рік**

Показник	2018р	2019р	2020р	Сер. темп зміни, %	2021р (план)
ТО (прод.товари), тис. грн	1 034 766,9	1 003 723,9	1 111 394,0	103,9	1 154 333
ТО (непрод.товари), тис. грн	310 954,5	320 034,4	322 393,0	101,8	328 288
ТО загальний, тис. грн	1 345 721,4	1 323 758,3	1 433 786,9	103,3	1 481 674

Планування методом середнього темпу росту базується на припущенні, що підприємство націлене на подальше стабільне економічне зростання. Для досягнення таких показників необхідно більшу увагу приділити стимулюванню продажу товарів, що відносяться до групи А відповідно до результатів проведеного в другому розділі АВС-аналізу (додаток В).

Слід зазначити, що у 2021 році планується збільшити загальний товарооборот лише на 3,3%, і відповідно до проведеного планування він становитиме 1 481 674 тис.грн. Дані показники можливі, якщо Філія №14 ТОВ «ТНВ» вдосконалив процеси управління товарооборотом і товарною структурою. Пропонується також стимулювати і вдосконалити асортиментну структуру з метою максимізації ефективності ресурсів. Відповідно до

проведеного дослідження, також слід зазначити, що показник товарообороту зберігає позитивну динаміку у плановому періоді.

З метою регулювання товарообороту, підприємству пропонується внести зміни в управління асортиментною політикою підприємства. Далі для окремих товарних груп (продовольчі та непродовольчі товари) проведено планування на основі коефіцієнтів еластичності реалізації від загального обсягу товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ». Зазвичай даний метод використовується підприємствами, що не передбачають суттєвих змін асортименту товарів, які реалізуються. Нижче наведено розрахунок коефіцієнта еластичності товарної групи "продовольчі товари" до товарообороту підприємства в цілому:

$$K_{\text{ел.прод.}} = \frac{\frac{1111394,0}{1003723,9} * 100 - 100}{\frac{1433786,9}{1323758,3} * 100 - 100} = 1,29$$

Диференціація планового темпу приросту товарообороту в цілому по підприємству за товарною групою "продовольчі товари" на основі коефіцієнта еластичності:

$$T_{\text{пр.пл.прод.}} = 1,29 * 3,3 = 4,26\%$$

Визначення планового обсягу товарообороту за товарною групою "продовольчі товари":

$$= \frac{1111394,0 * (4,26 + 100)}{100}$$

$$TO_{\text{план.прод.}} = \frac{1111394,0 * (4,26 + 100)}{100} = 1158739,4 \text{ тис. грн.}$$

Такий самий підхід застосовується й для планування товарообороту по товарній групі "непродовольчі товари", розрахуємо коефіцієнт еластичності:

$$K_{\text{ел.непрод.}} = \frac{\frac{322393,0}{320034,4} * 100 - 100}{\frac{1433786,9}{1323758,3} * 100 - 100} = 0,08$$

Диференціація планового темпу приросту товарообороту в цілому по підприємству за товарною групою "непродовольчі товари" на основі коефіцієнта еластичності:

$$T_{\text{пр.пл.непрод.}} = 0,08 * 3,3 = 0,26\%$$

Визначення планового обсягу товарообороту за товарною групою "непродовольчі товари":

$$TO_{\text{план.непрод.}} = \frac{322933 * (0,26 + 100)}{100} = 323772,6 \text{ тис. грн.}$$

Планування на основі коефіцієнтів еластичності реалізації товарної групи від загального обсягу товарообороту підприємства в даному випадку дає не досить коректні дані, тому для Філії №14 ТОВ «ТНВ» за умов сталого товарообороту на продовольчі та непродовольчі товари в 2018-2020 роках, серед двох запропонованих методів планування, кращим є метод на основі середнього темпу змін. Ґрунтуючись на проведеному у другому розділі аналізі та запропонованих у третьому розділі заходах, спрямованих на оптимізацію асортиментної політики підприємства, сплановано асортимент за товарними групами, з урахуванням збільшення товарообороту (за рахунок впровадження оптимізаційних заходів) методом техніко-економічних розрахунків.

Далі було здійснено планування товарної структури товарообороту з метою виявлення найперспективніших товарних груп, для визначення найбільш ефективного асортименту товарів (додаток Г). Варто зазначити, що товарооборот по продовольчих товарів, так само як і загальний товарооборот Філії №14 ТОВ «ТНВ», зростає повільними темпами, в 2021 році його зростання планується на 5,4%. Найбільше збільшення товарообороту планується в таких товарних групах як: біо-продукти (зростання на 27,5%, у порівнянні з 2020 роком); м'ясо від постачальників (на 21,4%); молочна продукція стерилізована (на 18%). Зростання товарообороту непродовольчих товарів Філії №14 ТОВ «ТНВ» в 2021 році планується всього на 1,9%. З додатку Г видно, що майже половина товарних груп може зменшити свій товарооборот. Нижче сплановані основні показники господарської діяльності Філії №14 ТОВ «ТНВ» на 2021 рік, з врахуванням середнього темпу змін (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Планування основних показників господарської діяльності Філії
№14 ТОВ «ТНВ» на 2021 рік**

Показник	2020р		Сер. темп змін		2021р (план)	
	Значення	% до ТО	Значення	% / ТО	Значення	% до ТО
Комерція						
К-сть робочих днів, дн	364		100		364	
К-сть клієнтів / Клієнтів за день, ос.	3 927 694		95,4	95,40 %	3748370	
Середня закупка, дн	365		113,5		414,3	
К-сть артикулів, шт	65 147 230		96,4		62794063	
Артикулів/ клієнта	16,6		101		16,8	
Середня ціна продажу, тис. грн	22		112,4		24,7	
Рахунок						
ТО з ПДВ, тис. грн	1 433 716 035		108,3		1552796692	
ТО без ПДВ, тис. грн	1 191 378 785		108		1 290 125 585	
Маржа продаж, тис.грн	167 446 565	11,68%	112,3	103,7	188066739	12,11%
Орендна плата и витрати за аренду, тис.грн	570 010	0,04%	399,6	368,9	2277682	0,15%
Всього інших доходів, тис.грн	2 884 258	0,20%	148,6	137,2	4287216	0,28%
Чиста маржа бухгалтерська, тис. грн	241 013 709	16,81%	114,3	105,5	275437746	17,74%
Витрати на персонал, тис.грн	56 481 599	3,94%	120,8	111,6	68245421	4,40%
Зовнішня роб. сила (ЗРС), тис.грн	9 334 232	0,65%	117,7	108,7	10988164	0,71%
Загальні витрати на персонал, тис.грн.	66 805 001	4,66%	122,7	113,3	81948564	5,28%
Маржа - Витрати на персонал, тис.грн.	174 208 709	12,15%	111,4	102,8	194005416	12,49%
Загальні витрати, тис.грн.	174 459 789	12,17%	113,2	104,5	197503716	12,72%
Cash Flow, тис.грн.	66 553 920	4,64%	117,2	108,2	78000078	5,02%
КФ до зовнішн. орендної плати, тис.грн.	86 234 938	6,01%	122,2	112,8	105374800	6,79%
Торгов. площа в м ²	15 230		100		15230	
ТО/ кв.м всього	94 137,60		108,3		101956	
Всього по штату співробітників, од.	380,7		98		373	
Продуктивність праці, тис.грн	2 432,30		116,7		2840	
Виробіток, тис.грн	110,5		103,9		115	
Запаси, грн						
Кінцеві запаси - тис. грн	112 877 914	38,6	109,4	101,7	123 510 788	39,3
Середні запаси – тис.грн	105 752 036	36,9	111,6	103,9	118 058 527	38,31

Для здійснення аналізу ефективності впроваджених заходів за основу було взято управлінську оцінку ефективності, що включає в себе:

- економічну, яка відображає економічні результати діяльності організації за певної системи управління;

- організаційну, що характеризує якість побудови організації, її системи управління, прийняття управлінських рішень, реакцію системи управління на стреси, конфлікти, організаційні зміни тощо;
- соціальну, яка відображає вплив менеджменту на процеси формування професійних характеристик працівників, вплив на досягнення виробничо-господарських результатів та задоволення потреб ринку (продуктивність праці, зарплатовіддача, кількість клієнтів тощо).

З кожним роком на ринку з'являються нові гравці, конкуренція посилюється. Це ускладнює роботу магазинам, скорочується кількість клієнтів. За прогнозами на 2021 рік, кількість клієнтів Філії №14 ТОВ «ТНВ» складатиме 3 748 370 особи, а в день показник сягатиме 10 298 особи. За рахунок підвищення цін планується збільшення середньої закупки до 414,3 грн, артикулів у розрахунку на одного клієнта до 16,8, при цьому середня ціна продажу складатиме 24,7 грн проти 22 грн в 2020 році. Із зростанням товарообороту планується збільшення маржі продаж до 188066739 грн, що складатиме 12,11% від сукупного товарообороту. Також планується збільшення інших доходів аж до 4287216 грн. Тому й чиста бухгалтерська маржа збільшиться на 14,3% та складатиме 275437746. Через загальне підвищення цін, зростає не тільки товарооборот, а й витрати підприємства. Планується збільшення загальних витрат на персонал на 22,7%, а загальних витрат на 13,2%. Отже, з врахуванням всіх вище зазначених показників, КЕШ ФЛОУ становитиме 78 000 078 грн, що складає всього 5,02% від загального товарообороту. Для того, щоб оцінити ефективність спланованого товарообороту, розрахуємо маржу продажу на плановий 2021 рік у розрізі товарів і товарних груп (продовольчих та непродовольчих), що наведено в табл. 3.3 та додатку Д.

Таблиця 3.3

Планування рентабельності продажів (маржа) магазину Філії №14 ТОВ «ТНВ» на 2021 рік

	Маржа продажу, тис. грн		Сер. темп змін, %	Маржа продажу, тис. грн
	2019	2020		2021 (план)
Всього	149087,2	167446,6	112,3	188066,7
Продовольчі товари	95047	112826,1	118,7	133930,9
Непродовольчі товари	53193,4	56790,5	106,8	60630,9

Як бачимо, планується збільшення загальної маржі продаж до 188066,7 тис. грн, або на 12,3 %. При цьому найбільшу частку як і в минулі роки становитимуть продовольчі товари, які плануються на рівні 1158739,4 тис. грн. А планова маржа продажу непродовольчих товарів збільшиться на 6,8 % та становитиме 60630,9 тис.грн. Хоча структура маржі товарообороту вказує на домінування продовольчих товарів над непродовольчими товарами, тобто на невисоку купівельну спроможність та складне економічне становище в країні, проте рентабельність продажу з кожним роком зростає і плановий 2021 рік повинен це підтвердити. Отже, Філія №14 ТОВ «ТНВ» зможе покращити своє економічне становище та збільшити прибуток.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведене дослідження щодо теоретичних та практичних аспектів управління товарооборотом підприємства дозволило зробити наступні висновки і пропозиції.

Динаміка роздрібної торгівлі, з одного боку, відображає стабільне зростання виробництва, з іншого - стабільне зростання, благополуччя культури населення. Також товарооборот здійснює суттєвий вплив на кількісну і якісну сторони діяльності підприємств.

Загалом, товарооборот - це продаж товарів масового споживання, надання платних торгівельних послуг населенню для задоволення особистих потреб або іншим підприємствам для подальшої переробки або продажу. Економічні відносини, пов'язані з обміном товарами, відображають економічний характер товарообороту.

Труднощі налагодження механізму управління торгівлею також пов'язані з необхідністю реагування на сукупність факторів, що формують торгівлю, з одного боку, та вплив торгівлі на торгівлю та фінансові результати діяльності торговельних підприємств - з іншого. Тобто підприємство повинно мати методику визначення необхідних параметрів товарообігу для отримання цільового прибутку та задоволення прогнозованого попиту. При цьому динаміка товарообігу, що впливає на фінансові результати, повинна визначати ринкову позицію та платоспроможність підприємства.

Таким чином, склад і структура механізму управління правочинном визначається характером правочину як соціально-економічний показник, він входить до складу економічної підсистеми механізму управління економікою підприємства, має дочірню та функціональну підсистему. . Окремі компоненти та інструменти. Узагальнюючи вищесказане, можна визначити механізм управління торгівлею як організаційно-економічну систему на

торгівлю задля досягнення поточних і стратегічних цілей торгового підприємства.

Отже, головною метою управління товарооборотом у торгівлі є задоволення платоспроможного попиту різних категорій населення, забезпечення росту обсягів товарообороту, одержання необхідного прибутку на основі більш раціональної збутової політики. При цьому повинне забезпечуватися найбільш повне задоволення попиту покупців при максимальному залученні в оборот їх коштів і нормальному розвитку товарних запасів в оптовій і роздрібній ланках торгівлі.

Розглядаючи загальний обсяг товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ», варто зазначити, що в 2019 році в порівнянні з 2018 роком відбулося його зменшення на 21963,1 тис. грн або на 1,63%. В 2020 році загальний товарооборот досліджуваного підприємства торгівлі склав 1433786,9 тис.грн.

Обсяг товарообороту продовольчих товарів значно змінювався впродовж досліджуваних років. Спочатку він зменшився на 3%, а в 2020 році зріс на 10,73%. Більш стабільний обсяг товарообороту у 2018-2020 роках спостерігається по непродовольчих товарах. Спочатку зріс на 2,92%, а в 2020 році на 0,74%. Загалом тенденція є непоганою, хоча як відомо, одним з факторів зростання товарообороту є зростання цін на товари та послуги, що не завжди гарантує прибутковість підприємства. Найбільшу частку в товарообороті продовольчих товарів складають продукти харчування, так у 2018 році дана частка склала 70,03%; у 2019 році – 69,92%, що менше ніж у 2018 на 0,09 в.п. та у 2020 році 70,57%, що більше на 0,64 в.п. ніж у 2019 році, біо-продукти за досліджуваний період склали у 2018 році 14,53%; у 2019 році – 14,32% та у 2020 році – 13,57% і зменшились у структурі товарообороту на 0,75 в.п. у 2020 році в порівнянні з 2019 роком. Динаміка структури оптового товарообороту непродовольчих товарів та послуг Філії №14 ТОВ «ТНВ» у 2018-2020 роках, вказує найбільшу частку займає товарна група аксесуари та галантерея, так у 2018 році частка склала 26,56%; у 2019

році 26,43% і зменшились у порівнянні з 2019 роком на 0,14 в.п.; у 2020 році частка склала 27,35% і зросла на 0,92 в.п. в порівнянні з 2019 роком.

Ефективність продажів продовольчих товарів у 2020 році зростала більше за непродовольчі товари, 18,7% проти 6,8% відповідно. Отже, Філія №14 ТОВ «ТНВ» досить вдало формує свою асортиментну політику, відслідковує ринкові новинки (а також тенденції в зарубіжних країнах) для того, щоб бути в тренді, враховує побажання та зауваження своїх клієнтів. Постійно проводиться аналіз асортиментного ряду, добавляються товари з високим попитом, та прибираються не актуальні та не цікаві для покупців товари.

Для забезпечення ефективної діяльності Філії №14 ТОВ «ТНВ» потрібно постійно працювати над оптимізацією асортиментної політики, оскільки вона є одним з ключових факторів, що впливає на результативні показники товарообороту підприємства.

Безпосередньо Філії №14 ТОВ «ТНВ» необхідно:

- забезпечити задоволення споживчого попиту, враховуючи вимоги споживачів до товарів, методів продажу, упаковки, сервісу та послуг;
- підвищити економічну ефективність підприємства і рівень торговельного обслуговування населення (оптимізувати торговельну площу, переглянути ціноутворення та своїх постачальників (щоб знизити собівартість товарів і підвищити комерційний дохід));
- забезпечити достатню широту, глибину та стійкість асортименту (провести анкетування та інші маркетингові заходи, для аналізу задоволеності та незадоволеності покупців та їх потреб);
- вчасно поповнювати та регулювати асортимент, гнучко реагуючи на вимоги ринку, нові тенденції;
- забезпечувати закупівлю товарів в обсязі, що відповідає запитам ринку та формувати оптимальний рівень товарних запасів;

- змінити внутрішню магазинну рекламу та більше приділити уваги взаємодії з клієнтами, оновлювати сайт, активно вести сторінки в соціальних мережах, та інше.

У 2021 році планується збільшити загальний товарооборот на 3,3% і, відповідно до проведеного планування, він становитиме 1 481 674 тис.грн. Дані показники можливі, якщо Філія №14 ТОВ «ТНВ» вдосконалить процеси управління товарооборотом і товарною структурою. Пропонується також стимулювати і вдосконалити асортиментну структуру з метою максимізації ефективності ресурсів. Відповідно до проведеного дослідження, також слід зазначити, що показник товарообороту зберігає позитивну динаміку у плановому періоді. Планується збільшення загальної маржі продаж до 188066,7 тис. грн, або на 12,3 %. При цьому найбільшу частку як і в минулі роки становитимуть продовольчі товари, які плануються на рівні 1158739,4 тис. грн. А планова маржа продажу непродовольчих товарів збільшиться на 6,8 % та становитиме 60630,9 тис.грн. Хоча структура маржі товарообороту вказує на домінування продовольчих товарів над непродовольчими товарами, тобто на невисоку купівельну спроможність та складне економічне становище в країні, проте рентабельність продажу з кожним роком зростає і плановий 2021 рік повинен це підтвердити. Отже, Філія №14 ТОВ «ТНВ» зможе покращити своє економічне становище та збільшити прибуток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Башнянин Г. І. Економічні системи / Г. І. Башнянин, В. С. Марцин – Т. 6. – К.: Ліга-Прес, 2019. – 430 с.
2. Бегларашвілі О. П., Кулік А. В. Регіональні аспекти розвитку оптової торгівлі України. *Бізнес Інформ*. 2017. №10. С. 259–264.
3. Бровкіна Ю. О. Тенденції та перспективи роздрібної торгівлі в Україні. *Молодий вчений*. 2017. № 10. С. 802–806.
4. Бшарат Н. Сучасний стан та тенденції розвитку потенціалу конкурентоспроможності підприємств торгівлі України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 18. С. 62–69.
5. Бшарат Н. Сучасний стан та тенденції розвитку потенціалу конкурентоспроможності торговельних підприємств України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 18. С. 62–69.
6. Височин І. В. Логістика як основа процесно-потокового підходу в управлінні товарооборотом підприємств торгівлі. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2018. Вип. 19. С. 18-22.
7. Височин І. В. Управління товарооборотом підприємств роздрібної торгівлі : монографія. К. : КНТЕУ, 2012. 543 с.
8. Внутрішня торгівля України : монографія / [А. А. Мазаракі та ін.]; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А. А. Мазаракі. К. : КНТЕУ, 2019. 863 с.
9. Вороніна В.Л. Торгові мережі України: особливості функціонування, управління та розвитку. *Економічний форум*. 2018. № 4. С. 56–62.
10. Вороніна В.Л., Мілька А.І. Роздрібний товарооборот як економічна категорія та його значення для управління. 2018. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/1674/1> (дата звернення 26.12.18).
11. Грищук Д. В., Васильєв Т. Г. Організаційно-економічні механізми впровадження процесно-орієнтованої системи управління на

підприємствах роздрібної торгівлі. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2019. Вип. 26.6. С. 281-287.

12. Гросул В. А., Зубков С. О. Методичний інструментарій оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі торговельного підприємства. *Бізнес Інформ*. 2017. №10. С. 252–258.

13. Дробязко С. І. Методичні аспекти фінансового обліку товарних запасів підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 1. С. 5–10.

14. Зубков С. О. Система показників оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу підприємства торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг* : зб. наук. праць. Харків : ХДУХТ, 2016. Вип. 2 (18). С. 152-160.

15. Карнаушенко А. С. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку роздрібного товарообороту в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 1. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6847> (дата звернення: 17.05.2021).

16. Кашперська А. І. Ринок роздрібної торгівлі України: стан і тенденції розвитку. *Бізнес Інформ*. 2021. №4. С. 120–127.

17. Кочубей Д. В., Григоренко Т. М. Особливості формування ланцюгів поставок підприємства роздрібної торгівлі. *Бізнес Інформ*. 2017. №10. С. 264–268.

18. Кошельок Г. В. Сучасний стан та перспективи розвитку оптової торгівлі. *Інтелект XXI*. 2018. № 1. С. 80–85.

19. Кравченко М. С. Аналіз сучасного стану розвитку торговельної галузі України. *Вісник Приазовського державного технічного університету*. 2019. № 31. Т. 2. С. 139-145.

20. Кравченко М.С. Аналіз сучасного стану розвитку торговельної галузі України. *Вісник приазовського технічного університету*. Серія: Економічні науки. 2016. № 31. с. 139-145.

21. Кузькіна Т. В., Тімофєєв І. К. Сучасний стан та перспективи розвитку українського оптового ринку. *Бізнес-навігатор*. 2016. № 2. С. 38–43.
22. Куцик П. О. Діяльність підприємств торгівлі у конкурентному середовищі: контроль-аналітичне забезпечення системи управління: монографія. / П. О. Куцик, Л. Г. Медвідь, В. О. Шевчук, Д. О. Харинівич-Яворська. Чернівці, Технодрук, 2018. 370 с.
23. Лігоненко Л. О., Височин І. В. Економіка підприємства торгівлі: методика розв'язання практичних завдань : навч. посіб. К. : КНТЕУ, 2010. 455 с.
24. Локтєв Е.М., Саркісян Л. Г., Волокитіна Л. О. Удосконалення роздрібної торговельної мережі України Е. М. Локтєв. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua/>
25. Масленніков О. Ю., Воронич Е. М. Методологічні підходи до обґрунтування обсягу та структури оптового товарообороту на плановий період . Національний лісотехнічний університет України. 2015. Випуск 21.8. URL: http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2011/21_8/236_Mas.pdf.
26. Мелушова І.Ю., Вівденко М. А. Класифікація факторів зовнішнього середовища в системі адаптивного управління підприємствами торгівлі. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2020. Вип. 20. С. 455-460.
27. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
28. Павлюк В. І. Формування системи показників оцінки результативності превентивного антикризового управління підприємством торгівлі. *Молодий вчений*. 2019. № 4 (31). С. 150-155.
29. Поняття оптового торговельного підприємства // У кн.: В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький, С. І. Рудницький, Ю. М. Хом'як. Організація торгівлі. Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 632 с.

30. Рахман М. С., Прус Д. В. Аналіз ринку оптової торгівлі України. *Бізнес Інформ*. 2020. №7. С. 154–160.
31. Ровенська В. В., Буркацький Ю. Ю. Аналіз сучасного стану розвитку торгівельної галузі України. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. № 2. С. 145–150.
32. Система YouControl – онлайн-сервіс перевірки компаній. URL: <https://youcontrol.com.ua>.
33. Ситник Г. В. Управління товарооборотом підприємства торгівлі на основі портфельного підходу. *Економічний часопис-XXI*. 2013. № 11-12 (1). С. 70-74.
34. Слободянюк Н. О., Юнацький М. О., Сіраш С. С. Огляд сучасних тенденцій розвитку торгівлі в Україні та світі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 25. Ч. 2. С. 128–132.
35. Теорія і практика торговельного підприємництва в Україні: [Кол. монографія] / за ред. Н.С. Танклевської. Херсон: РВВ, 2018. 206 с.
36. Фролова Л. В. Управління економічним потенціалом підприємств торгівлі: монографія / Л. В. Фролова, О. В. Григораш. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2015. – 201 с.
37. Чорна М. В., Шуміло О. С. Сучасні тенденції розвитку роздрібних торговельних мереж в Україні. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2015. Вип. 2. С. 51–64.
38. Шимко О. В. Розвиток конкуренції у сфері торгівлі як необхідна умова ефективного, функціонування споживчого ринку. *Вісник Рівненського державного гуманітарного університету «Економічні науки»*. 2017. Випуск 9 (33). Ч. 3. URL: http://archive.nbuiv.gov.ua/portal/soc_gum/en_oif/2012_9_3/64.pdf.
39. Яхно Т. П. Ефективний ланцюг розвитку споживчого ринку споживач – виробник – держава. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Економіка і менеджмент. 2018. № 14. С. 99-102.

ДОДАТКИ

Додаток А

Етапи управління товарооборотом підприємства

Етапи	Назва етапу	Характеристика етапів
1 етап	Формування інформаційної бази, тобто сукупності відомостей, необхідних для прийняття управлінських рішень щодо обсягу та структури роздрібно товарообороту.	Інформаційна база управління товарооборотом охоплює наступні відомості; про стан та перспективи розвитку внутрішнього середовища торговельного підприємства; про стан та перспективи розвитку зовнішнього середовища. Також необхідна інформація може отримуватись у результаті опитування та анкетування споживачів, проведення спеціальних досліджень.
2 етап	Здійснюється аналіз стану реалізації товарів даним підприємством та оцінюються можливості подальшого зростання обсягу товарообороту	Потрібно дослідити обсяг, склад та структуру реалізації товарів у минулих періодах, визначають тенденції розвитку та фактори, що впливають на даний показник, досліджують ритмічність та сезонність реалізації окремих груп товарів.
3 етап	Розробки стратегії управління товарооборотом підприємства пов'язаний з визначенням цілей подальшого розвитку то-варообороту підприємства.	Розробка плану та формування асортиментної структури товаро-обороту базується на системі стратегічних цілей, що можна зобразити так: "орієнтація на попит" - "орієнтація на ресурсозабезпеченість" - "орієнтація на прибуток".
4 етап	Обґрунтування обсягу та структури товарообороту на плановий період.	На цьому етапі при плануванні товарообороту, визначають з одного боку, його необхідний обсяг, виходячи з цільової суми прибутку, а з іншого - можливий обсяг та структуру товарообороту в умовах наявного ресурсно-го потенціалу підприємства.
5 етап	Досягнення збалансованості між показниками товарообороту на плановий період.	Після проведення розрахунків стосовно необхідного та можливого обсягу товарообороту підприємства, на плановий період необхідно досягти збалансованості між цими показниками.
6 етап	Контроль за виконанням поставлених планових завдань	На цьому етапі порівнюють досягнуті результати з плановими показниками, вносять необхідні корективи у попередньо розроблені плани та політику підприємства з метою забезпечення умов для виконання розробленого плану товарообороту та отримання максимально можливого обсягу доходу та прибутку

Додаток Б

**Основні показники операційної діяльності Філії №14 ТОВ «ГНВ»
у 2019-2020 роках**

1	2019р		2020р		Абсолютна зміна		Відносна зміна, %	
	грн	% / ТО	грн	% /ТО	грн	% /ТО	грн	%/ТО
2	3	4	5	6	7	8	9	
К-сть роб. днів	364		364		0		1,00	
К-сть клієнтів - Клієнтів за день	4 115 597		3 927 694		-187 903		0,95	
Середня покупка	321,6		365,0		43,4		1,13	
К-сть артикулів	67 588 580		65 147 230		-2 441 350		0,96	
Артикулів/ клієнта	16,4		16,6		0,2		1,01	
Сер. ціна продажу	19,6		22,0		2,4		1,12	
ТО з ПДВ	1 323 767 420		1 433 716 035		109 948 616		1,08	
ТО без ПДВ	1 100 190 110		1 191 378 785		91 188 675		1,08	
Маржа продажу	149 087 247	11,26%	167 446 565	11,68%	18 359 319	0,42%	1,12	1,04
Річні знижки	59 244 874	4,48%	67 830 390	4,73%	8 585 516	0,26%	1,14	1,06
Промо знижки бюджет	24 509 605	1,85%	26 861 728	1,87%	2 352 123	0,02%	1,10	1,01
Знижки при вході в мережу	516 650	0,04%	307 974	0,02%	-208 677	-0,02%	0,60	0,55
Результат за знижками	84 271 129	6,37%	95 000 091	6,63%	10 728 962	0,26%	1,13	1,04
Списання	9 563 529	0,72%	12 014 571	0,84%	2 451 042	0,12%	1,26	1,16
ПДВ на Списання	1 912 706	0,14%	2 402 914	0,17%	490 209	0,02%	1,26	1,16
Всього Списання	11 476 235	0,87%	14 417 486	1,01%	2 941 251	0,14%	1,26	1,16
Резерв на невідомі втрати (уцінки)	178 939	0,01%	211 785	0,01%	32 846	0,00%	1,18	1,09
Констатовані невідомі втрати	6 952 709	0,53%	7 057 121	0,49%	104 411	-0,03%	1,02	0,94
ПДВ на невідомі втрати	1 898 629	0,14%	1 411 424	0,10%	-487 205	-0,04%	0,74	0,69
Невідомі втрати	9 030 277	0,68%	8 680 330	0,61%	-349 947	-0,08%	0,96	0,89
Різниця в резерві на зниж. ціни запасів	3 878 710	0,29%	1 165 122	0,08%	-2 713 588	-0,21%	0,30	0,28
Розходження в касах	21 594	0,00%	54 268	0,00%	32 674	0,00%	2,51	2,32
Надання послуг без податків	1 797 757	0,14%	2 314 248	0,16%	516 491	0,03%	1,29	1,19

Продовження дод. Б

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Орендна плата	142 650	0,01%	570 010	0,04%	427 360	0,03%	4,00	3,69
Всього інших доходів	1 940 407	0,15%	2 884 258	0,20%	943 851	0,05%	1,49	1,37
Чиста маржа бухгалтерська	210 891 967	15,93%	241 013 709	16,81%	30 121 742	0,88%	1,14	1,06
Витрати на персонал	46 745 569	3,53%	56 481 599	3,94%	9 736 030	0,41%	1,21	1,12
Зовнішня роб. сила	7 929 249	0,60%	9 334 232	0,65%	1 404 983	0,05%	1,18	1,09
Розподілення прогресу	-214 949	-0,02%	989 170	0,07%	1 204 118	0,09%	-4,60	-4,25
Загальні витрати на персонал	54 459 869	4,11%	66 805 001	4,66%	12 345 131	0,55%	1,23	1,13
Маржа - Витрати на персонал	156 432 098	11,82%	174 208 709	12,15%	17 776 611	0,33%	1,11	1,03
Упаковка	1 627 375	0,12%	0	0,00%	-1 627 375	-0,12%	0,00	0,00
Витрати на утримання	15 931 331	1,20%	16 527 579	1,15%	596 247	-0,05%	1,04	0,96
Енергоресурси	12 880 999	0,97%	11 423 983	0,80%	-1 457 016	-0,18%	0,89	0,82
Реклама	3 134 033	0,24%	2 224 361	0,16%	-909 673	-0,08%	0,71	0,66
Всього зовн. оренда	13 784 131	1,04%	19 681 017	1,37%	5 896 887	0,33%	1,43	1,32
Податки і страховки	762 067	0,06%	-1 360 569	-0,09%	-2 122 635	-0,15%	-1,79	-1,65
Ін. управл.витрати	9 165 464	0,69%	12 539 139	0,87%	3 373 675	0,18%	1,37	1,26
Витрати з інкасації	6 617 537	0,50%	7 912 206	0,55%	1 294 669	0,05%	1,20	1,10
Прямі витрати	118 362 807	8,94%	135 752 718	9,47%	17 389 911	0,53%	1,15	1,06
Цетральні служби	35 741 726	2,70%	38 707 071	2,70%	2 965 345	0,00%	1,08	1,00
Загальні витрати	154 104 533	11,64%	174 459 789	12,17%	20 355 256	0,53%	1,13	1,05
Cash Flow	56 787 434	4,29%	66 553 920	4,64%	9 766 486	0,35%	1,17	1,08
Cash Flow до зовн. ор. плати	70 571 565	5,33%	86 234 938	6,01%	15 663 373	0,68%	1,22	1,13

Додаток В

ABC- та XYZ-аналіз товарного асортименту Філії №14 ТОВ «ГНВ» за 2020 рік

Найменування позиції	Всього обсяг ТО, грн.	Частка, %	Кумулятивна частка, %	ABC	Сер. обсяг продажу грн.	Коефіцієнт варіації %	XYZ	ABC-XYZ
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Молочні продукти свіжі	70585496,8	6,6	6,6	A	5882124,7	5,4	X	AX
М'ясо птиці	50309902,6	4,7	11,3	A	4192491,9	10,3	Y	AY
Дієтичне харчування	46435311,5	4,3	15,6	A	3869609,3	8,5	X	AX
Інші лікєро-горілч.вир.	45691681,5	4,3	19,8	A	3807640,1	41,9	Z	AZ
Фрукти свіжі	42466987,5	4	23,8	A	3538915,6	26,3	Z	AZ
М'ясн.дел.і ковб.	40712300,1	3,8	27,6	A	3392691,7	16,4	Y	AY
Овочі свіжі	40181248,2	3,7	31,3	A	3348437,4	21,8	Y	AY
Вино	39375327,9	3,7	35	A	3281277,3	43,4	Z	AZ
Товари на вагу	37614411,3	3,5	38,5	A	3134534,3	13	Y	AY
Гарячі напої	35391256	3,3	41,8	A	2949271,3	14,7	Y	AY
Засоби особистої гігієни	33403669,7	3,1	44,9	A	2783639,1	9,2	X	AX
Кондитерські вироби	31760616,6	3	47,8	A	2646718	74,4	Z	AZ
М'ясн делікат ф/м,прилавк	28892044,1	2,7	50,5	B	2407670,3	12,7	Y	BY
Сир В/П	26744352,4	2,5	53	B	2228696	13,3	Y	BY
Масло / маргарин / соус	25657840	2,4	55,4	B	2138153,3	19,6	Y	BY
Сир	25555406,6	2,4	57,8	B	2129617,2	11,7	Y	BY
Риба В/П	20798817,4	1,9	59,7	B	1733234,8	57,2	Z	BZ
Горілка	19592347,2	1,8	61,6	B	1632695,6	18,6	Y	BY
Кулінарні добавки,соуси	18115178,9	1,7	63,2	B	1509598,2	11,3	Y	BY
Вода	17590328,8	1,6	64,9	B	1465860,7	16,4	Y	BY
Гарніри	17273256,1	1,6	66,5	B	1439438	6,9	X	BX
Риба охолоджена	16622264,8	1,5	68	B	1385188,7	51,9	Z	BZ
Консерви	16582027,1	1,5	69,6	B	1381835,6	41,9	Z	BZ
Пиво і коктейлі	16119390,6	1,5	71,1	B	1343282,6	22,4	Y	BY

Продовження дод. Б

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Заморозка інша	16002462,8	1,5	72,6	B	1333538,6	19,1	Y	BY
Косметика і парфумерія	15787924,4	1,5	74	B	1315660,4	31,9	Z	BZ
Засоби догл за білиз,миюч	15747740,1	1,5	75,5	B	1312311,7	11	Y	BY
Олії,оцети	15743928,5	1,5	77	B	1311994	15	Y	BY
Корм для Тварин	15003647,5	1,4	78,4	B	1250304	8	X	BX
Яйця	14901110,9	1,4	79,8	B	1241759,2	39	Z	BZ
Хліб В/П	13228502,7	1,2	81	C	1102375,2	12,2	Y	CY
Молоч.прод.стериліз	12641379,9	1,2	82,2	C	1053448,3	12,7	Y	CY
Соки і сиропи	12635363,4	1,2	83,3	C	1052946,9	19	Y	CY
Десерти	12087349,7	1,1	84,5	C	1007279,1	20,7	Y	CY
Засоби догл за волоссям	11977336,9	1,1	85,6	C	998111,4	9,7	X	CX
Конд.вироби в/п	11537364,4	1,1	86,6	C	961447	21,1	Y	CY
Сніданки	11397676,5	1,1	87,7	C	949806,4	8,7	X	CX
Тютюнові вироби	10766527,8	1	88,7	C	897210,7	20,4	Y	CY
Напої безалкогол. І кола	10471421,8	1	89,7	C	872618,5	28,1	Z	CZ
Готова кулінарія ф/м	10099028,7	0,9	90,6	C	841585,7	16,1	Y	CY
Печиво / випічка	9831017,6	0,9	91,5	C	819251,5	16,4	Y	CY
М'ясо ви-во постачальн	9776860,8	0,9	92,5	C	814738,4	13	Y	CY
Хліб В/М	9040578,1	0,8	93,3	C	753381,5	18,5	Y	CY
Легкі закуски,аперитив	8514873,1	0,8	94,1	C	709572,8	8,2	X	CX
Заморож. Продукція ваг.	7177168,2	0,7	94,8	C	598097,4	28,5	Z	CZ
Готова кулінарія в/п	6605772,5	0,6	95,4	C	550481	26,2	Z	CZ
Риба заморожена ваг.	6536834,2	0,6	96	C	544736,2	22,1	Y	CY
Господарс.речі д/дому	6477708,7	0,6	96,6	C	539809,1	8,9	X	CX
Випічка	4919448,7	0,5	97	C	409954,1	10,2	Y	CY
Товари світу	4122152,3	0,4	97,4	C	343512,7	14,4	Y	CY
Риба копчена	4054298	0,4	97,8	C	337858,2	33,7	Z	CZ
Біо-продукти	3987474,1	0,4	98,2	C	332289,5	8,1	X	CX

Продовження дод. Б

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Горіх,сухофрукт,овочі суш	3874382,5	0,4	98,5	C	322865,2	19,6	Y	CY
Випічка В/М	3851876,6	0,4	98,9	C	320989,7	12,4	Y	CY
Бутік,косм,парафарм,оптик	3093309,6	0,3	99,2	C	257775,8	17,3	Y	CY
Товари д/дом.тварин	2900598,5	0,3	99,4	C	241716,5	10,6	Y	CY
Кафе Ашан	2852777,2	0,3	99,7	C	237731,4	20,5	Y	CY
Промислова випічка	1594508	0,1	99,9	C	132875,7	15,2	Y	CY
Хліб заморожений	1393317,9	0,1	100	C	116109,8	13	Y	CY
Свіжі вагові продукти	56828,8	0	100	C	4735,7	271,9	Z	CZ
Копченості вир. Маг	15548,3	0	100	C	1295,7	78,3	Z	CZ
Іграшки	18896503,8	5,9	5,9	A	1574708,6	79,7	Z	AZ
Канцелярські Товари	18529824,3	5,7	11,6	A	1544152	78,6	Z	AZ
Взуття	17454733	5,4	17	A	1454561,1	28	Z	AZ
Мала Побутова Техніка	16195206,8	5	22	A	1349600,6	23,4	Z	AZ
Гігієна І Здор.Дитини	15719618,4	4,9	26,9	A	1309968,2	6,5	X	AX
Сервірування Столів	12966149	4	30,9	A	1080512,4	29,5	Z	AZ
Дитяче Харчування	12235998,8	3,8	34,7	A	1019666,6	12,7	Y	AY
Одяг Чоловічий	11879279,5	3,7	38,4	A	989940	17	Y	AY
Товари Для Саду	11219421,9	3,5	41,9	A	934951,8	80,4	Z	AZ
Автомобілі	10924419	3,4	45,3	A	910368,2	32,8	Z	AZ
Речі Для Дому	10825497,3	3,4	48,7	A	902124,8	20,2	Y	AY
Текстиль Для Дому	10587195,8	3,3	51,9	B	882266,3	23,8	Y	BY
Біл,Нічна Білиз,Шкарп Чол	9338992,8	2,9	54,8	B	778249,4	18,1	Y	BY
Книги	9309438,7	2,9	57,7	B	775786,6	31,1	Z	BZ
Білизна,Нічна Білизна Жін	8868801,9	2,8	60,5	B	739066,8	13,3	Y	BY
Спорядж.Д/Ин.Видів Спорту	8218613,9	2,5	63	B	684884,5	34,4	Z	BZ
Дитячий Одяг	8156894,1	2,5	65,5	B	679741,2	49,3	Z	BZ
Жіночий Одяг	7703142,6	2,4	67,9	B	641928,6	20,4	Y	BY
Жін Панчіш-Шкарпетк Вир	7218866,1	2,2	70,2	B	601572,2	53,7	Z	BZ

Продовження дод.Б

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Речі Для Кухні	7163332,4	2,2	72,4	B	596944,4	24	Y	BY
Аудіо/Відеотехніка/Акcesуар	6998221,2	2,2	74,6	B	583185,1	43,5	Z	BZ
Електроосвітлювал.Прибори	6789758,1	2,1	76,7	B	565813,2	23,3	Y	BY
Прибир/Догляд за будинком	6485333,9	2	78,7	B	540444,5	12,1	Y	BY
Білизна Та Шкарп Дитячі	6204401,3	1,9	80,6	C	517033,4	46,5	Z	CZ
Багаж	5435577,8	1,7	82,3	C	452964,8	36,3	Z	CZ
Обладнання Електричне	5181457,5	1,6	83,9	C	431788,1	15,9	Y	CY
Акcesуари Д/Комп/Техніки	4714424,4	1,5	85,4	C	392868,7	18,1	Y	CY
Святкові Прикраси	4669589,1	1,4	86,8	C	389132,4	281,3	Z	CZ
Акcesуари Та Галантерея	4613168,5	1,4	88,2	C	384430,7	24,7	X	CX
Прикраси Для Столу	4325672,7	1,3	89,6	C	360472,7	37,6	Z	CZ
Постіль/Меблі Для Дому	3677787,8	1,1	90,7	C	306482,3	14,8	Y	CY
Засоби Зв`язку	3617925,6	1,1	91,9	C	301493,8	22,3	Y	CY
Продаж Упаковок	3591329,2	1,1	93	C	299277,4	13,2	Y	CY
Фарби,Покриття	3333393,5	1	94	C	277782,8	18,5	Y	CY
Інструм Д/Ремонту/Електр	3060379,5	0,9	94,9	C	255031,6	16	Y	CY
Одяг Для Немовлят	2821118,9	0,9	95,8	C	235093,2	27,2	Y	CY
Відп. На Відкритому Пов.	2702014,6	0,8	96,7	C	225167,9	89,9	Z	CZ
Ванна Кімната	2224677,3	0,7	97,4	C	185389,8	13,4	Y	CY
Дитячі Речі	2160139,3	0,7	98	C	180011,6	11,2	Y	CY
Велика Побутова Техніка	1978474,1	0,6	98,6	C	164872,8	34,2	Z	CZ
Комп`ютерна Техніка	1018564,8	0,3	99	C	84880,4	41,6	Z	CZ
Будівництво Та Сантехніка	808722,3	0,3	99,2	C	67393,5	11	Y	CY
Газети Та Журнали	738943,4	0,2	99,4	C	61578,6	6,8	X	CX
Фототехніка Та Акcesуари	643858,9	0,2	99,6	C	53654,9	17,9	Y	CY
Фурнітура	561901,9	0,2	99,8	C	46825,2	13,1	Y	CY
Текстиль Д/Зим.Видів Спор	216644,8	0,1	99,9	C	18053,7	173,3	Z	CZ
Послуги З Доставки	146502	0	99,9	C	12208,5	248,9	Z	CZ

Закінчення дод.Б

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Смності д/Безпеки	136621,5	0	100	С	11385,1	28,9	Z	CZ
Сервіс	124431,3	0	100	С	10369,3	27,3	Z	CZ
Всього	1396570528				114806168,4			

Додаток Г

Плановий обсяг товарообороту Філії №14 ТОВ «ТНВ» за асортиментними групами

Товари і товарні групи	Обсяг товарообороту, тис. грн				Сер. темп змін, %
	2018р	2019р	2020р	2021р (план)	
1	2	3	4	5	6
М'ясо ви-во магазину	37446,1	37446,1	37216,4	37102,3	99,7
М'ясо ви-во постачальник	6849,3	6849,3	9776,9	11866,3	121,4
М'ясо птиці	42407,9	42407,9	50309,9	54997,1	109,3
Копченості	26,7	26,7	15,5	12,3	79,2
Хліб В/П	10779,8	10779,8	13228,5	14731	111,4
Хліб В/М	8317	8317	9040,6	9433,8	104,3
Хліб заморожений	988,5	988,5	1393,3	1678,6	120,5
Конд.вироби в/п	12578,6	12578,6	11537,4	11059,9	95,9
Випічка В/М	3611,1	3611,1	3851,9	3980,3	103,3
М'ясн.дел.і ковб.вироби	33786,1	33786,1	40712,3	44885,4	110,3
Масло / маргарин / соус	22950,2	22950,2	25657,8	27171,4	105,9
Молочні продукти свіжі	63933,9	63933,9	70585,5	74257,3	105,2
Яйця	13442,8	13442,8	14901,1	15709,3	105,4
Молоч.прод.стерилізована	9294,6	9294,6	12641,4	14917,3	118
Сир В/П	20917,8	20917,8	26744,4	30469,1	113,9
Заморозка інша	12432,6	12432,6	16002,5	18299,9	114,4
М'ясн делікат ф/м,прилавк	27328,6	27328,6	28892	29718,5	102,9
Сир	23190,8	23190,8	25555,4	26858,3	105,1
Риба охолоджена	15365,6	15365,6	16622,3	17302	104,1
Риба заморожена ваг.	4837,2	4837,2	6536,8	7685,3	117,6
Риба В/П	18758,3	18758,3	20798,8	21930,1	105,4
Риба копчена	4260,7	4260,7	4054,3	3956,1	97,6
Фрукти свіжі	38116,3	38116,3	42467	44890,6	105,7

Продовження дод. Г

1	2	3	4	5	6
Горіх,сухофрукт,овочі суш	3333,2	3333,2	3874,4	4188,9	108,1
Овочі свіжі	35506,4	35506,4	40181,2	42826,4	106,6
Товари на вагу	31474,1	31474,1	37614,4	41283,5	109,8
Заморожена продукція ваг.	6377,1	6377,1	7177,2	7627,4	106,3
Готова кулінарія ф/м	9196,9	9196,9	10099	10594,4	104,9
Готова кулінарія в/п	5653,7	5653,7	6605,8	7162	108,4
Кулінарні добавки,соуси	17051,7	17051,7	18115,2	18680,1	103,1
Олії,оцети	16007,5	16007,5	15743,9	15614,3	99,2
Легкі закуски,аперитив	7338,6	7338,6	8514,9	9197,2	108
Товари світу	4240,2	4240,2	4122,2	4064,8	98,6
Гарячі напої	35005,1	35005,1	35391,3	35586,5	100,6
Кондитерські вироби	28381,9	28381,9	31760,6	33651,1	106
Десерти	11469	11469	12087,3	12413,2	102,7
Консерви	15311	15311	16582	17270,3	104,2
Гарніри	17429,8	17429,8	17273,3	17195,7	99,6
Печиво / випічка	8204,3	8204,3	9831	10805,6	109,9
Сніданки	10404,3	10404,3	11397,7	11941,8	104,8
Промислова випічка	1310,2	1310,2	1594,5	1767,5	110,8
Інші лікєро-горілч.вир.	41303	41303	45691,7	48119,2	105,3
Водка	18410,2	18410,2	19592,3	20221,4	103,2
Пиво і коктейлі	14742,4	14742,4	16119,4	16872,2	104,7
Вино	36727,7	36727,7	39375,3	40794,6	103,6
Тютюнові вироби	8215,9	8215,9	10766,5	12437,8	115,5
Соки і сиропи	11573,6	11573,6	12635,4	13215	104,6
Напої безалкогол. і кола	8819,9	8819,9	10471,4	11451,8	109,4
Вода	14411,2	14411,2	17590,3	19530,5	111
Товари д/домашніх тварин	2708,9	2708,9	2900,6	3003,2	103,5
Корм для тварин	14338,3	14338,3	15003,6	15351,7	102,3

Продовження дод. Г

1	2	3	4	5	6
Косметика і парфумерія	15135,5	15135,5	15787,9	16128,2	102,2
Засоби догл за волоссям	12792,6	12792,6	11977,3	11595,7	96,8
Засоби особистої гігієни	34148,7	34148,7	33403,7	33039,3	98,9
Бутік косм,парафарм,оптик	3554,3	3554,3	3093,3	2892,7	93,5
Засоби догл за білиз,миюч	14376	14376	15747,7	16499	104,8
Господарс.речі д/дому	42500,2	42500,2	46435,3	48585	104,6
Біо-продукти	4176,5	4176,5	6477,7	8262,3	127,5
Дієтичне харчування	3969,4	3969,4	3987,5	3996,6	100,2
Всього прод.товарів	1003724	1003724	1111394	1171004	105,4
Автомобілі	8797,3	10088,4	10924,4	12178,7	111,5
Дитяче харчування	11263,8	10711,7	12236	12806,7	104,7
Гігієна і здор.дитини	20079,8	16074,7	15719,6	13978,3	88,9
Постіль/меблі для дому	5499,8	4149,5	3677,8	3017,3	82
Прибир/догляд за будинком	6192,5	6029,8	6485,3	6645,1	102,5
Речі для дому	11108,9	10515,4	10825,5	10696	98,8
Речі для кухні	6683,2	6657,4	7163,3	7421,7	103,6
Сервірування столів	12007,3	12362,9	12966,1	13474,5	103,9
Прикраси для столу	3696,8	3967,8	4325,7	4679,3	108,2
Текстиль для дому	10202,5	10214,9	10587,2	10786,6	101,9
Ванна кімната	2199,5	2301,8	2224,7	2239,2	100,7
Фарби,покриття	2784,6	2865,4	3333,4	3653,9	109,6
Електроосвітлювал.прибори	7121,3	7855,6	6789,8	6679,2	98,4
Будівництво та сантехніка	693,5	748,2	808,7	873,3	108
Ємності д/Безпеки	167,2	126,4	136,6	125,5	91,9
Обладнання електричне	4579,1	4699,9	5181,5	5515,2	106,4
Фурнітура	540,4	519,9	561,9	573,9	102,1
Інструм д/ремонт/електр	2419	2453,7	3060,4	3460,6	113,1
Багаж	4486,7	4436,5	5435,6	6017,2	110,7

Продовження дод. Г

1	2	3	4	5	6
Товари для саду	9055,2	10124	11219,4	12488,5	111,3
Святкові прикраси	3362	4065	4669,6	5505,1	117,9
Відп. На відкритому пов.	2661,9	2451,9	2702	2733,2	101,2
Спорядж.д/ін.видів спорту	8676	8861,9	8218,6	8008,4	97,4
Мала побутова техніка	13010,7	14137,1	16195,2	18075,1	111,6
Велика побутова техніка	1681,2	2051,4	1978,5	2161,1	109,2
Комп`ютерна техніка	1228,1	1068,6	1018,6	928,6	91,2
Аксессуары д/комп/техніки	3841,4	4502,7	4714,4	5231	111
Фототехніка та аксесуари	700,5	602,5	643,9	620,9	96,4
Засоби зв`язку	2742,2	3506,1	3617,9	4179,6	115,5
Аудіо/відеотехніка/акс-ри	5262,9	6163,9	6998,2	8070,9	115,3
Канцелярські товари	17727,7	17999,6	18529,8	18944,9	102,2
Іграшки	19009,7	18578,9	18896,5	18843,9	99,7
Книги	7706,7	9001,9	9309,4	10250,7	110,1
Газети та журнали	983,5	834,8	738,9	640,7	86,7
Білизна,нічна білизна жін	8505,8	9912,1	8868,8	9135,2	103
Жін панчіш-шкарпетк вироб	7272	6911,5	7218,9	7200,5	99,7
Жіночий одяг	8512,8	8569,8	7703,1	7339,4	95,3
Біл,нічна білиз,шкарп чол	8698,7	9623,6	9339	9697,4	103,8
Одяг чоловічий	11597,6	12829,2	11879,3	12070,2	101,6
Білизна та шкарп дитячі	6153,1	6233	6204,4	6230,5	100,4
Дитячий одяг	7997,6	9450,8	8156,9	8339,6	102,2
Одяг для немовлят	2545,2	3396,5	2821,1	3054	108,3
Дитячі речі	2379,4	2233,6	2160,1	2058,4	95,3
Аксессуары та галантерея	4888,2	4903,3	4613,2	4483,8	97,2
Взуття	20543,9	21540,7	17454,7	16222,7	92,9
Текстиль д/зим.видів спор	233,6	235,6	216,6	208,9	96,4
Продаж упаковок	3231,9	3345	3591,3	3786,4	105,4

Закінчення дод. Г

1	2	3	4	5	6
Послуги з доставки	2,8	0,2	146,5	53932	36813,2
Сервіс	89	119,2	124,4	148,3	119,2
Всього прод.товарів	1003724	1003724	1111394	1171004	105,4
Всього непрод. товарів	310824,3	320034,4	322393	328357,4	101,9
Всього	1314548	1323758	1433787	1499361	103,65

Додаток Д

Планування рентабельності продажів (маржа) магазину Філії №14 ТОВ «ТНВ» на 2021 рік за асортиментними групами

Товари і товарні групи	Маржа продажу, тис. грн		Сер. темп зміни, %	Маржа продажу, тис. грн
	2019р	2020р		2021р (план)
1	2	3	4	5
Всього	149087,2	167446,6	112,3	188066,7
Продовольчі товари	95047	112826,1	118,7	133930,9
М'ясо ви-во магазину	1832,5	1900,8	103,7	1971,6
М'ясо ви-во постачальн	445,3	353,7	79,4	280,9
М'ясо птиці	3079,5	4014,2	130,4	5232,8
Копченості виробництво магаз.	23,6	13,1	55,3	7,2
Хліб В/П	1030,6	1399	135,7	1898,9
Хліб В/М	1658,4	2168,7	130,8	2835,9
Хліб заморожений	271,6	453	166,8	755,7
Конд.вироби в/п	1530,7	1516,6	99,1	1502,5
Випічка В/М	260	800,8	307,9	2465,9
Італійська випічка	1628,5	2129,6	130,8	2784,8
М'ясн.дел.і ковб.вироби в/п	3096,9	4249,1	137,2	5830
Масло / маргарин / соус	1457,4	1632	112	1827,5
Молочні продукти свіжі	2608,8	3418,5	131	4479,6
Яйця	715,5	905,4	126,6	1145,8
Молоч.прод.стерилізована	608,1	838,8	137,9	1157,1
Заморозка інша	1393,7	2050,8	147,2	3017,8
М'ясн делікат ф/м,прилавк	2135,5	2509,1	117,5	2948
Сир	2290,9	2529,2	110,4	2792,2

Продовження дод. Д

1	2	3	4	5
Риба охолоджена	336,5	658,9	195,8	1290,2
Риба заморожена ваг.	569,3	753,7	132,4	997,8
Риба В/П	2307,3	2092,3	90,7	1897,5
Риба копчена	568,1	386,1	68	262,4
Фрукти свіжі	3053,4	3749,4	122,8	4603,9
Горіх,сухофрукт,овочі суш	556,1	677	121,7	824,1
Овочі свіжі	3469,4	4382,1	126,3	5534,8
Товари на вагу	2890,3	4595,1	159	7305,6
Заморожена продукція ваг.	806	1157,3	143,6	1661,8
Готова кулінарія ф/м	1290,3	866,1	67,1	581,3
Готова кулінарія в/п	803,2	757,4	94,3	714,2
Кулінарні добавки,соуси	2086,3	2293,6	109,9	2521,4
Олії,оцети	1121	1148	102,4	1175,7
Легкі закуски,аперитив	1084	1203,9	111,1	1337
Гарячі напої	3960,2	4392,1	110,9	4871,3
Кондитерські вироби	2395,9	2200,2	91,8	2020,5
Десерти	1101,6	1124	102	1146,8
Консерви	1939,2	2091,8	107,9	2256,5
Гарніри	1749,6	1933	110,5	2135,6
Печиво / випічка	888,1	1121,1	126,2	1415,2
Сніданки	1370,2	1675,5	122,3	2048,8
Промислова випічка	148,7	189,1	127,2	240,5
Інші лікєро-горілч.вир.	3232,1	3901,2	120,7	4708,9
Водка	1880,4	2237,9	119	2663,3
Пиво і коктейлі	1085,6	1641,2	151,2	2481,2
Вино	3343,7	4497,7	134,5	6050

Закінчення дод. Д

1	2	3	4	5
Соки і сиропи	1048,1	1347,6	128,6	1732,7
Напої безалкогол. І кола	668,7	965,1	144,3	1392,9
Вода	1273,7	1954,7	153,5	2999,7
Біо-продукти	18666,9	19924,2	125,65	21511,2
Дієтичне харчування	547,8	623,5	113,8	709,7
Непродовольчі товари	53193,4	56790,5	106,8	60630,9
Автомобілі	1668,9	1939,7	116,2	2254,5
Дитяче харчування	1072,2	1121	104,5	1171,9
Гігієна і здор.дитини	1919,5	1772	92,3	1635,8
Постіль/меблі для дому	509	729,2	143,3	1044,8
Прибир/догляд за будинком	1177,7	1500	127,4	1910,6
Канцелярські товари	2997,8	3288,6	109,7	3607,6
Іграшки	2902,1	3047,8	105	3200,9
Книги	1546,8	1712,8	110,7	1896,5
Газети та журнали	100,1	107,9	107,8	116,4
Білизна, нічна білизна жін	1862,8	1947,3	104,5	2035,7
Жін панчіш-шкарпетк вироб	1323,8	1515,5	114,5	1734,9
Жіночий одяг	1703,1	1609,9	94,5	1521,8
Біл, нічна білиз, шкарп чол	2018,6	2225,6	110,3	2453,9
Одяг чоловічий	3229,7	2941,7	91,1	2679,3
Білизна та шкарп дитячі	1421,4	1240,8	87,3	1083,2
Дитячий одяг	1896,9	1526,6	80,5	1228,5
Одяг для немовлят	782,1	686,2	87,7	602,1
Дитячі речі	278,6	442,1	158,6	701,3
Акcesуари та галантерея	1337,4	1412,7	105,6	1492,3
Взуття	3994,7	3375,3	84,5	2851,9
Текстиль д/зим. видів спор	61,1	35	57,2	20

